

Christian Dior

Rapport financier semestriel au 30 juin 2021

Rapport financier semestriel au 30 juin 2021

Commentaires sur les résultats et la situation financière consolidés	1
1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé	2
2. Vins et Spiritueux	6
3. Mode et Maroquinerie	7
4. Parfums et Cosmétiques	9
5. Montres et Joaillerie	10
6. Distribution sélective	11
7. Commentaires sur le bilan consolidé	13
8. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée	14
Comptes semestriels consolidés résumés au 30 juin 2021	17
Chiffres clés	18
1. Compte de résultat consolidé	19
2. État global des gains et pertes consolidés	20
3. Bilan consolidé	21
4. Tableau de variation des capitaux propres consolidés	22
5. Tableau de variation de la trésorerie consolidée	23
6. Annexe aux comptes consolidés (extraits)	24

Commentaires sur les résultats et la situation financière consolidés

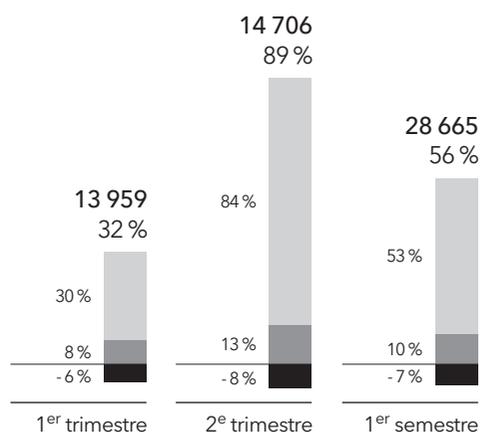
1.	Commentaires sur le compte de résultat consolidé	2
1.1	Analyse des ventes.....	2
1.2	Résultat opérationnel courant.....	3
1.3	Autres éléments du compte de résultat.....	5
2.	Vins et Spiritueux	6
2.1	Faits marquants.....	6
2.2	Perspectives.....	7
3.	Mode et Maroquinerie	7
3.1	Faits marquants.....	7
3.2	Perspectives.....	8
4.	Parfums et Cosmétiques	9
4.1	Faits marquants.....	9
4.2	Perspectives.....	10
5.	Montres et Joaillerie	10
5.1	Faits marquants.....	10
5.2	Perspectives.....	11
6.	Distribution sélective	11
6.1	Faits marquants.....	11
6.2	Perspectives.....	12
7.	Commentaires sur le bilan consolidé	13
8.	Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée	14

1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé

1.1 Analyse des ventes

Évolution des ventes par trimestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



- Croissance organique
- Variations de périmètre (a)
- Évolution des parités monétaires (a)

(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 5.

Le premier semestre 2021 confirme le retour à la croissance de l'activité amorcé au deuxième semestre de l'exercice 2020, après un premier semestre 2020 au cours duquel les activités du Groupe avaient été fortement perturbées par la pandémie de Covid-19 et les mesures prises par les différents gouvernements, affectant significativement les états financiers.

Au 30 juin 2021, les ventes consolidées s'élèvent à 28 665 millions d'euros, en croissance de 56 % par rapport au premier semestre 2020 qui avait été très fortement affecté par les effets de la pandémie de Covid-19. Elles ont été impactées négativement de 7 points par la baisse moyenne de nombreuses devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment celle du dollar US.

Depuis le 1^{er} janvier 2020, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans le groupe d'activités des Montres et Joaillerie, consolidation au 7 janvier 2021 de Tiffany ; cette évolution du périmètre de consolidation contribue pour 10 points à la croissance du chiffre d'affaires semestriel.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 53 %.

Par rapport au premier semestre 2019, les ventes progressent de 14 % en données publiées. Les effets périmètre liés à l'intégration de Tiffany, Belmond et Château d'Esclans contribuent pour 8 points à la croissance et sont partiellement compensés par un effet de change négatif de 5 points. À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 11 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Euro	15	19	19
Dollar US	28	27	28
Yen Japonais	7	7	7
Hong Kong dollar	3	4	5
Autres devises	47	43	41
Total	100	100	100

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation varie sensiblement par rapport à l'exercice précédent : les poids de l'euro et du Hong Kong dollar baissent respectivement de 4 points et 2 points pour s'établir à 15 % et 3 %, tandis que celui des autres devises augmente de 6 points pour s'établir à 47 %. Les poids du dollar US et du yen japonais restent stables à respectivement 28 % et 7 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
France	5	8	8
Europe (hors France)	14	16	16
États-Unis	25	24	24
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	38	34	34
Autres marchés	11	11	11
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse du poids relatif de l'Europe (hors France) dans les ventes du Groupe de 16 % à 14 % et de la France de 8 % à 5 %, en conséquence de la réduction significative des flux touristiques vers ces zones et des confinements partiels au premier semestre. Les poids relatifs du Japon et des autres marchés restent stables à respectivement 7 % et 11 %, tandis que les États-Unis et l'Asie (hors Japon) ont bénéficié d'un report de la consommation de la clientèle locale ayant annulé ses voyages, et voient leur poids progresser de 1 et 4 points pour s'établir respectivement à 25 % et 38 %.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Vins et Spiritueux	2 705	4 755	1 985
Mode et Maroquinerie	13 863	21 207	7 989
Parfums et Cosmétiques	3 025	5 248	2 304
Montres et Joaillerie	4 023	3 356	1 319
Distribution sélective	5 085	10 155	4 844
Autres activités et éliminations	(36)	(70)	(48)
Total	28 665	44 651	18 393

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie sensiblement. Le poids des Montres et Joaillerie et celui de la Mode et Maroquinerie augmentent respectivement de 7 points, totalement lié à l'intégration de Tiffany, et 5 points, pour s'établir à 14% et 48% tandis que ceux de la Distribution sélective, des Parfums et Cosmétiques et des Vins et Spiritueux baissent de respectivement 9 points, 2 points et 1 point pour s'établir à 18%, 11% et 9%.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en croissance de 36% en données publiées. Impactées par un effet de change négatif de 8 points, les ventes de ce groupe d'activités ressortent en hausse de 44% à taux de change et périmètre comparables. La hausse des champagnes et vins est de 50% en données publiées, et 58% à taux de change et périmètre comparables. La hausse des cognacs et spiritueux est de 28% en données publiées et de 35% à taux de change et périmètre comparables.

1.2 Résultat opérationnel courant

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes	28 665	44 651	18 393
Coût des ventes	(9 108)	(15 871)	(7 002)
Marge brute	19 557	28 780	11 391
Charges commerciales	(9 803)	(16 790)	(7 999)
Charges administratives	(2 110)	(3 648)	(1 703)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	(21)	(42)	(21)
Résultat opérationnel courant	7 623	8 300	1 669
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	26,6	18,6	9,1

La marge brute du Groupe s'élève à 19 557 millions d'euros, en hausse de 72% par rapport à l'exercice précédent; le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 68%, en hausse de 6 points.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 9 803 millions d'euros, sont en hausse de 23% en données publiées et de 19% à taux de change et périmètre comparables. Cette augmentation provient principalement du renforcement des investissements en communication mais aussi du développement des réseaux de

Ces performances sont tirées pour une large part par la hausse des volumes. La demande est très dynamique aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine, premier marché à avoir été touché par la pandémie et qui connaît un fort rebond.

Les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie sont en très forte hausse à 81% en données organiques et à 74% en données publiées. Les États-Unis et l'Asie présentent d'excellentes performances, tandis que l'Europe et le Japon enregistrent des croissances plus contenues; Louis Vuitton et Christian Dior Couture réalisent des performances exceptionnelles.

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 37% en données organiques et de 31% en données publiées. Toutes les marques font preuve d'une bonne reprise et présentent ainsi de belles performances. Les États-Unis sont la région où la hausse des ventes est la plus forte.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 71% en données organiques. L'effet périmètre positif lié à l'intégration de Tiffany, tempéré par l'effet de change négatif de 7 points permettent à la branche d'activité de multiplier par trois son niveau de ventes en données publiées. Toutes les marques du groupe d'activités présentent d'excellentes performances. L'Asie et les États-Unis sont les zones les plus performantes.

Les ventes des activités de Distribution sélective sont en hausse de 12% à taux de change et périmètre comparables et de 5% en données publiées. L'Europe et le Japon restent les régions les plus affectées par l'absence de reprise des voyages internationaux et la fermeture partielle du réseau de boutiques dans certaines régions.

distribution. Le niveau de ces charges exprimé en pourcentage des ventes s'élève à 34%, en baisse de 9 points par rapport au 30 juin 2020. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 10% des ventes et sont en baisse de 2 points à taux de change et périmètre comparables.

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

(en nombre)	30 juin 2021 ^(a)	31 déc. 2020	30 juin 2020
France	523	512	528
Europe (hors France)	1 204	1 175	1 175
États-Unis	998	866	834
Japon	480	428	430
Asie (hors Japon)	11 634	1 514	1 471
Autres marchés	570	508	495
Total	5 5 409	5 003	4 933

(a) Dont 330 magasins pour Tiffany.

Les charges administratives s'élèvent à 2 110 millions d'euros, en hausse de 24% en données publiées et de 15% à taux de change et périmètre comparables. Elles représentent 7% des ventes.

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Vins et Spiritueux	924	1 388	551
Mode et Maroquinerie	5 660	7 188	1 769
Parfums et Cosmétiques	393	80	(30)
Montres et Joaillerie	794	302	(17)
Distribution sélective	131	(203)	(308)
Autres activités et éliminations	(279)	(455)	(296)
Total	7 623	8 300	1 669

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 7 623 millions d'euros, soit près de 5 fois plus important qu'au 30 juin 2020. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'élève à 27%, en hausse de 18 points par rapport au premier semestre de l'année dernière.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant par rapport à l'exercice précédent est négatif de 308 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.

Vins et Spiritueux

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	2 705	4 755	1 985
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	924	1 388	551
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	34,2	29,2	27,8

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 924 millions d'euros, en hausse de 68% par rapport au 30 juin 2020. La part des champagnes et vins représente 319 millions d'euros et celle des cognacs et spiritueux, 605 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 6 points à 34,2%.

Mode et Maroquinerie

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	13 863	21 207	7 989
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	5 660	7 188	1 769
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	40,8	33,9	22,1

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 5 660 millions d'euros, soit 3,2 fois plus important qu'au 30 juin 2020. Dans un contexte de reprise, suite à la pandémie de Covid-19, Louis Vuitton et Christian Dior Couture continuent d'accroître leur profitabilité, déjà à un niveau exceptionnel. Toutes les marques améliorent leur résultat opérationnel malgré l'impact de la fermeture partielle des boutiques dans certaines régions. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 19 points et s'établit à 40,8%.

Parfums et Cosmétiques

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	3 025	5 248	2 304
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	393	80	(30)
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	13,0	1,5	(1,3)

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques s'élève à 393 millions d'euros, il était négatif de 30 millions d'euros au 30 juin 2020. L'attention particulière portée à la gestion des charges opérationnelles a permis d'améliorer le taux de marge opérationnelle. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 14 points à 13,0%.

Montres et Joaillerie

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	4 023	3 356	1 319
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	794	302	(17)
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	19,7	9,0	(1,3)

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'élève à 794 millions d'euros, il était négatif de 17 millions d'euros au 30 juin 2020. Cette forte augmentation intègre l'effet positif de la consolidation de Tiffany pour 339 millions d'euros au premier semestre 2021 mais enregistre également la très bonne performance de certaines marques. Le taux de marge opérationnelle sur ventes des activités Montres et Joaillerie augmente de 21 points pour s'établir à 19,7%.

Distribution sélective

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	5 085	10 155	4 844
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	131	(203)	(308)
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	2,6	(2,0)	(6,4)

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 131 millions d'euros, il était négatif à - 308 millions d'euros au 30 juin 2020. Ces activités souffrent toujours de l'absence de reprise des voyages et de la fermeture des boutiques à travers le monde en fonction des aléas de la pandémie. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités s'améliore de 9 points et s'établit à 2,6%.

1.3 Autres éléments du compte de résultat

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Résultat opérationnel courant	7 623	8 300	1 669
Autres produits et charges opérationnels	(34)	(333)	(154)
Résultat opérationnel	7 589	7 967	1 515
Résultat financier	(13)	(611)	(464)
Impôts sur les bénéfices	(2 023)	(2 385)	(518)
Résultat net avant part des minoritaires	5 553	4 970	532
Part des minoritaires	(3 389)	(3 037)	(330)
Résultat net, part du Groupe	2 164	1 933	202

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de 34 millions d'euros contre un montant négatif de 154 millions d'euros au premier semestre 2020. Au 30 juin 2021, les Autres produits et charges incluent notamment - 14 millions d'euros de résultats de cessions, - 11 millions d'euros d'amortissements et dépréciations de marques, écarts d'acquisition et actifs immobiliers et - 9 millions d'euros de frais d'acquisitions de sociétés consolidées.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 7 589 millions d'euros, soit près de cinq fois plus important que celui du 30 juin 2020.

Le résultat financier est négatif de 13 millions d'euros au 30 juin 2021; au 30 juin 2020 il était négatif de 464 millions d'euros. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui représente un montant positif de 10 millions d'euros, contre une charge de 47 millions d'euros au 30 juin 2020, soit une baisse de 57 millions d'euros;

Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 269 millions d'euros, en amélioration de 25 millions d'euros par rapport au 30 juin 2020. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre les pôles hôtelier et média, les yachts Royal Van Lent ainsi que les activités immobilières du Groupe.

- des intérêts financiers sur dettes locatives enregistrés dans le cadre de la norme IFRS 16, qui représentent une charge de 140 millions d'euros, contre 149 millions d'euros un an auparavant;
- des autres produits et charges financiers qui représentent un produit de 117 millions d'euros, contre une charge de 268 millions d'euros en 2020. La charge liée au coût des dérivés de change se monte à 98 millions d'euros, contre 116 millions d'euros un an auparavant. Enfin, les effets des réévaluations des investissements et placements financiers sont positifs de 235 millions d'euros, contre un montant négatif de 136 millions d'euros au premier semestre 2020.

Le taux d'imposition retenu résulte d'une projection du taux effectif estimé pour l'exercice. Le taux effectif d'impôt du Groupe au 30 juin 2021 s'établit à 26,7%, en baisse de 23 points par rapport au premier semestre 2020. Au 30 juin 2019, il était de 28,8%.

Au 30 juin 2020, le taux effectif d'imposition, soit 48%, résultait de la situation particulière liée à la pandémie de Covid-19 avec une stabilité des charges comptables ne donnant pas lieu à déduction pour le calcul de l'impôt sur le résultat tandis que les résultats de l'activité étaient en forte diminution.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 3 389 millions d'euros contre 330 millions d'euros en 2020. Les intérêts minoritaires sont essentiellement constitués des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Christian Dior, soit 59% de l'actionnariat de LVMH SE, ainsi que des minoritaires de Moët Hennessy et de DFS.

Le résultat net, part du Groupe s'élève à 2 164 millions d'euros, à comparer à 202 millions d'euros au premier semestre 2020. Le résultat net, part du Groupe du premier semestre 2021 est ainsi onze fois plus important que celui du premier semestre 2020.

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 en déduisant des ventes de l'exercice :

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

et en ajoutant :

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

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

2. Vins et Spiritueux

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	2 705	4 755	1 985
Dont : Champagne et vins	1 129	2 119	755
Cognac et spiritueux	1 576	2 636	1 230
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	26,6	52,4	17,1
Cognac	53,6	94,6	43,1
Autres spiritueux	9,0	16,1	7,4
Vins tranquilles et pétillants	24,9	41,8	18,4
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	5	5	4
Europe (hors France)	16	18	15
États-Unis	40	41	45
Japon	4	6	5
Asie (hors Japon)	23	19	21
Autres marchés	12	11	10
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	924	1 388	551
Marge opérationnelle (en %)	34,2	29,2	27,8

2.1 Faits marquants

La croissance organique des ventes du groupe Vins et Spiritueux s'établit à 44 % par rapport à la même période de 2020 et à 12 % comparée à 2019. Ce semestre exceptionnel est porté par une demande très soutenue pour son portefeuille unique de marques de prestige, favorisée par une forte dynamique d'innovation et des lancements prometteurs. Dans un contexte qui demeure volatile, les Maisons maintiennent une stricte gestion des coûts et des stocks et se concentrent sur leur modèle de création de valeur tout en accentuant leur engagement environnemental et sociétal.

Les volumes de champagne sont en hausse de 57 % par rapport au premier semestre 2020 et de 10 % comparés à 2019, avec des progressions particulièrement fortes en Europe et aux États-Unis.

Moët & Chandon accomplit une belle performance, notamment aux États-Unis, en Europe et en Asie-Pacifique. La Maison confirme le potentiel de ses offres innovantes, telle la collaboration avec la créatrice de mode Yoon Ambush ou le lancement du *Grand Vintage 2013* et du *Grand Vintage Rosé 2013*. **Dom Pérignon** dévoile deux belles collaborations : l'une avec Bvlgari pour une édition limitée de coffrets associant un magnum de *Rosé 2004* et un collier de la collection *Serpenti*; la seconde avec Lady Gaga, artiste au rayonnement mondial, très engagée dans des activités philanthropiques. **Veuve Clicquot** connaît une reprise très prometteuse, aux États-Unis en particulier. Le succès de la collaboration avec l'artiste Yayoi Kusama pour *La Grande Dame 2012* est source de visibilité forte et qualitative dans plusieurs pays clés. Une collaboration avec K-Way est aussi entreprise

autour de la cuvée *Brut Carte Jaune*. Veuve Clicquot continue de renforcer son engagement en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Le fort rebond des ventes de **Ruinart** s'accompagne de gains de parts de marché en Europe tout en accentuant la gestion sélective des stocks. La Maison continue d'affirmer son engagement environnemental avec le déploiement mondial de son étui éco-conçu et un projet pilote de vitiforestier en faveur de la biodiversité, mené avec Reforest'Action. **Krug** affirme son modèle unique de création de valeur en présentant *Krug Grande Cuvée 169^e Édition* et en poursuivant son programme gastronomique annuel. La Maison officialise dix engagements majeurs pour la planète au cours d'événements digitaux en direct. LVMH prend une participation de 50 % au capital de la Maison **Armand de Brignac**. Ce partenariat confirme la double ambition de Moët Hennessy : se renforcer dans la catégorie des champagnes de prestige et s'adresser à de nouvelles clientèles.

Les Maisons d'**Estates & Wines** connaissent une belle dynamique, soutenue particulièrement par Cloudy Bay (Nouvelle-Zélande) et le lancement d'une nouvelle gamme de Terrazas de los Andes (Argentine). Récompensés par les plus grands critiques, la plupart des domaines voient leurs classements progresser de 1,6 point en moyenne pour les millésimes 2020 par rapport à 2019. L'intégration progressive du vin rosé **Château d'Esclans** est un plein succès et ses ventes sont en forte croissance.

Chandon renouvelle en début d'année sa plate-forme de communication et son packaging. Le lancement de *Chandon Garden Spritz* en Europe et aux États-Unis est un beau succès et porte de fortes ambitions de croissance pour la marque.

Hennessy réalise une très bonne performance avec une hausse de ses volumes de 24 % par rapport au premier semestre 2020 et de 6 % par rapport à 2019 dans un contexte d'approvisionnement tendu. La croissance est portée par ses deux marchés clés, les États-Unis pour la qualité *VS* et la Chine pour les qualités *VSOP* et *XO*. Les avancées de la Maison en Afrique et le développement des ventes en ligne contribuent aussi à cette progression. Fidèle à son esprit de conquête, Hennessy déploie des campagnes de communication percutantes dans ses marchés clés et renforce sa présence au sein des points de vente phares, par exemple sur l'île de Hainan. Résolument engagée, la Maison place son action en matière de développement durable au cœur de sa nouvelle feuille de route à dix ans, H2030. Elle en dévoile les axes clés, incluant un effort renforcé sur la reforestation et la biodiversité.

La dynamique de **Glenmorangie** et **Ardbeig** est portée par de nouvelles campagnes de communication, le lancement de produits tels que *Glenmorangie X* et la vente inédite de fûts rares par le biais des Ventes Privées Moët Hennessy. Quinze doubles médailles d'or sont remportées à la célèbre San Francisco World Spirits Competition.

Belvedere réaffirme sa vocation à créer des spiritueux authentiques et de caractère en lançant *Belvedere Organic Infusions*, sa première gamme de produits certifiés biologiques, composée de trois vodkas aromatisées aux saveurs uniques. La Maison progresse dans la voie d'une production intégralement biologique et de la réduction à zéro de ses émissions de CO₂ d'ici fin 2022.

Woodinville, Volcán de mi Tierra et le rhum **Eminente** poursuivent leur développement en s'appuyant sur l'innovation et l'expansion sélective de leur distribution.

2.2 Perspectives

En raison des contraintes d'approvisionnement spécifiques à son secteur d'activités, amplifiées par l'excellente dynamique du premier semestre, le groupe Vins et Spiritueux aborde avec mesure et optimisme le second semestre, dans un environnement sanitaire par ailleurs toujours incertain. Dans un secteur en forte

évolution, les Maisons restent fidèles à leur vision à long terme. Elles continueront de s'appuyer sur leur stratégie de valeur et sur les atouts conférés par l'authenticité et l'excellence de leurs produits, tout en tirant parti de l'accélération des ventes en ligne, notamment à travers le partenariat avec Campari. L'innovation et la création d'expériences toujours plus variées et inspirantes pour leurs différents consommateurs à travers le monde contribueront à renforcer la désirabilité de leurs produits. Avec pour ambition la poursuite d'une croissance responsable, elles ont pour objectif de renforcer leur engagement durable pour la protection de l'environnement, la recherche et la mise en œuvre de solutions innovantes.

3. Mode et Maroquinerie

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	13 863	21 207	7 989
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	4	5	6
Europe (hors France)	15	18	20
États-Unis	20	19	17
Japon	8	10	11
Asie (hors Japon)	44	39	37
Autres marchés	9	9	9
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton et Christian Dior Couture)			
Ventes au détail	74	74	71
Ventes de gros	25	25	28
Licences	1	1	1
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	5 660	7 188	1 769
Marge opérationnelle (en %)	40,8	33,9	22,1

3.1 Faits marquants

La forte croissance du groupe Mode et Maroquinerie confirme le rebond constaté au second semestre 2020. Depuis le début de la pandémie, grâce à l'engagement des équipes et à la mobilisation de toutes leurs ressources créatives, nos Maisons innovent pour enrichir leurs collections, s'adapter aux contraintes sanitaires et garder un lien fort avec leurs clients. Elles ont notamment su réinventer leurs défilés en concevant des films fascinants et toujours plus créatifs qui ont fait rêver des millions de personnes.

Louis Vuitton accomplit une performance remarquable, portée par sa dynamique créative et sa quête d'excellence artisanale. Dans ses boutiques ou à travers ses nombreuses initiatives digitales qualitatives et originales, la Maison continue d'offrir à ses clients une expérience unique. En maroquinerie, les modèles iconiques se réinventent chaque saison et inspirent de nouvelles

campagnes. Une collection incluant un vestiaire masculin et une nouvelle ligne de sacs en cuir grainé est créée pour la deuxième saison du partenariat avec la NBA, dont la malle trophée a été réalisée à Asnières. Les défilés digitaux dialoguent avec le monde de l'art : pour la saison Automne Hiver 2021, le défilé Homme s'apparente à une performance artistique captée entre Paris et les montagnes suisses, tandis que le défilé Femme est filmé dans la Galerie Michel-Ange au musée du Louvre, intégrant les sculptures à la scénographie ; la Croisière 2022 défile en juin près de Paris à travers l'Axe Majeur, chef-d'œuvre architectural de Dani Karavan. Illustrant un savoir-faire horloger de tout premier plan, plusieurs modèles de haute horlogerie sont dévoilés et la montre de plongée *Tambour Street Diver* rejoint la collection phare de la Maison. La collection de joaillerie *B Blossom* et la gamme de parfums poursuivent leur développement. Le semestre voit l'inauguration d'une boutique emblématique à Tokyo dans le quartier de Ginza et l'ouverture à La Samaritaine Pont-Neuf à Paris. Louis Vuitton poursuit son partenariat avec l'UNICEF via l'édition annuelle du bracelet *Silver Lockit*.

Christian Dior Couture réalise un brillant semestre avec une croissance remarquable de toutes ses catégories de produits auprès des clientèles locales. Les défilés, exclusivement digitaux en début d'année, restent des temps forts avec toute leur richesse d'inspiration et de scénographie. La collection Prêt-à-porter Femme Hiver 2021 est ainsi superbement filmée au sein de la Galerie des Glaces du Château de Versailles, une première, et génère des millions de vues sur internet. Le 17 juin, le défilé Croisière 2022 est le premier donné en public après des mois de pandémie, dans le décor spectaculaire du stade panathénaique à Athènes. Le nouveau sac *Dior Caro* s'habille de l'iconique motif cannage, qui nécessite à lui seul 18 700 points de couture tandis que les sacs iconiques de la Maison se réinventent, exaltant leurs lignes graphiques dans des dimensions inédites. La nouvelle collection de haute joaillerie, *RoseDior*, révèle 54 pièces dédiées à la rose. La capsule estivale *Dioriviera*, incluant une collaboration avec le mythique Vespa, est proposée dans une série de boutiques à travers le monde. Vitrites colorées participent au lancement de la collection Homme Automne 2021, conçue avec l'artiste Kenny Scharf. Associée à l'UNESCO, la Maison a donné, dans le cadre de son programme Women@Dior, une e-conférence « Dream for Change » à laquelle ont assisté 1 500 jeunes filles originaires de 25 pays.

Fendi connaît une croissance remarquable de ses clientèles locales et continue de gagner des parts de marché dans les régions clés. Les premiers défilés de Kim Jones en collaboration avec Silvia Venturini Fendi, à Paris (Couture) et Milan (prêt-à-porter), reçoivent un accueil enthousiaste de la presse et des clients. La Maison bénéficie du succès commercial de la capsule *Summer Vertigo*, créée en collaboration avec l'artiste new yorkaise Sarah Coleman, donnant lieu à de nombreuses animations en boutiques. Fendi continue de soutenir le tissu industriel et artisanal italien avec le projet «Hand in Hand» autour du sac *Baguette*.

Chez **Loro Piana**, le semestre est marqué par le lancement du sac *Sesia*, façonné dans un cuir d'une exceptionnelle qualité, décliné dans une très belle palette de couleurs et sept formes différentes. En Chine, la campagne se développe en partenariat avec les influenceurs, permettant de toucher, via les réseaux sociaux, la clientèle très dynamique des jeunes générations. Conjuguant héritage et innovation, la Maison continue d'enrichir ses lignes de prêt-à-porter, toujours soutenues par l'excellence des matières premières et son savoir-faire unique.

Une forte désirabilité auprès de toutes ses clientèles locales et le succès de son e-commerce permettent à **Celine** d'accélérer sa croissance, particulièrement en Asie. La Maison renforce ses piliers en maroquinerie, les lignes *Triomphe* et *Toile Triomphe*, dont la signature s'impose comme un code important de la marque. Le prêt-à-porter connaît également un succès grandissant. Les défilés digitaux mis en scène par Hedi Slimane à Chambord et à Vaux-le-Vicomte ont un immense retentissement. Une nouvelle boutique phare est ouverte à Shanghai, Plaza 66. Les ventes et le résultat atteignent un niveau record.

Loewe continue de surprendre avec ses collections, ses collaborations et ses innovations : la capsule *Loewe X My Neighbor Totoro*, la nouvelle édition de *Paula's Ibiza* ainsi que le nouveau sac *Goya*. Les concepts digitaux dédiés aux collections de Jonathan Anderson, «Show in a Book» et «Show in the News», reflètent la nouvelle énergie de la Maison, soulignée par la presse et les acteurs de la mode. Les ventes en ligne sont en forte hausse et plusieurs projets renforcent le dispositif omnicanal de Loewe.

Givenchy franchit une étape avec l'arrivée en boutique de la première collection de Matthew Williams et le défilé virtuel de la collection Hiver 2021, très suivi sur les réseaux sociaux. Les bases d'une nouvelle identité stylistique sont dévoilées et se déclinent en boutiques avec des visuels forts. Le nouveau sac *4G*, lancé en mai, porte l'ambition de Givenchy d'accentuer son développement en maroquinerie.

La forte dynamique de **Marc Jacobs** est portée par le succès de ses lignes piliers en maroquinerie, *Snapshot* et *Traveler*, qui inspirent déclinaisons et animations saisonnières. La seconde collection de prêt-à-porter *Heaven by Marc Jacobs* suscite une forte adhésion de la part d'une clientèle jeune et un haut niveau d'engagement sur les réseaux sociaux.

Berluti bénéficie des débuts prometteurs de la capsule des *Essentiels* et du bon accueil de la collection Hiver 2021, soutenue par une présentation à Shanghai, clôturant la mission de trois ans de Kris Van Assche à la direction artistique. La *Toile Signature* poursuit son déploiement. L'expansion sélective du réseau de boutiques se concentre sur la Chine et le Japon.

Rimowa prépare activement la reprise liée à la reprise des voyages domestiques et internationaux. La Maison continue d'enrichir son offre de valises avec les nouvelles couleurs d'aluminium Mars et Mercury et d'étendre sa gamme de sacs souples *Never Still*. Une nouvelle collection de valises en polycarbonate est lancée en début d'été avec les couleurs Mango et Bamboo. Un magasin phare est ouvert à Pékin.

3.2 Perspectives

Fortes de leur réactivité et de la fidélité manifestée par leurs clients, les Maisons de Mode et Maroquinerie abordent avec confiance les mois qui viennent. Tout en maintenant les efforts d'adaptation à une conjoncture de sortie de crise, elles peuvent compter sur l'engagement de leurs équipes pour consolider leurs lignes de force : savoir-faire exceptionnels, créativité des collections, excellence de l'expérience clients. Au-delà des tout prochains mois, cet ensemble unique de Maisons continuera à progresser sur la voie d'un luxe toujours plus durable et responsable. Le déploiement en cours de deux programmes innovants d'économie circulaire sera l'un des vecteurs de cet objectif. **Louis Vuitton** poursuivra son développement sous le signe de l'exceptionnelle créativité qui irrigue tous ses métiers. La Maison renforcera la quête d'excellence de son réseau de distribution, physique ou digital, pour que chacun trouve tout au long de son parcours client la part de rêve, l'expérience unique et le service hors pair qu'il est venu chercher. De nombreuses initiatives seront dévoilées à l'occasion des 200 ans de la naissance de Louis Vuitton. **Christian Dior Couture** a pour ambition la poursuite d'une croissance soutenue dans l'ensemble de ses marchés, avec plusieurs ouvertures et événements marquants. Le temps fort du second semestre sera la préparation de la réouverture de la boutique historique du 30 avenue Montaigne sous un format totalement exceptionnel et novateur. **Fendi** dévoile à l'occasion de la réouverture de son magasin phare de New York, les premières collections Couture et Prêt-à-porter Femme de Kim Jones. La Maison continuera de s'appuyer sur le succès de ses sacs iconiques *Peekaboo* et *Baguette* et l'expansion sélective de ses boutiques. **Celine** a de nombreux projets d'ouvertures de boutiques et continuera à perfectionner sa plate-forme omnicanale afin de toujours mieux servir ses clients.

Fortes de leur réactivité et de la fidélité manifestée par leurs clients, les Maisons de Mode et Maroquinerie abordent avec confiance les mois qui viennent. Tout en maintenant les efforts d'adaptation à une conjoncture encore incertaine, elles peuvent compter sur l'engagement de leurs équipes pour consolider leurs lignes de force : savoir-faire exceptionnels, créativité des collections, excellence de l'expérience clients. Au-delà des tout prochains mois, cet ensemble unique de Maisons continuera à progresser sur la voie d'un luxe toujours plus durable et responsable. Le déploiement en cours de deux programmes innovants d'économie circulaire sera l'un des vecteurs de cet objectif. **Louis Vuitton** poursuivra son développement sous le signe de l'exceptionnelle créativité qui irrigue tous ses métiers. La Maison renforcera la quête d'excellence de son réseau de distribution, physique ou digital, pour que chacun trouve tout au long de son parcours client la part de rêve, l'expérience unique et le service hors pair qu'il est venu chercher. De nombreuses initiatives seront dévoilées à l'occasion des deux

cents ans de la naissance de Louis Vuitton. **Christian Dior Couture** a pour ambition la poursuite de sa croissance soutenue dans l'ensemble de ses marchés, avec plusieurs ouvertures et événements marquants. Le temps fort du second semestre sera la préparation de la réouverture de la boutique historique du 30 avenue Montaigne sous un format totalement exceptionnel et novateur. **Fendi** dévoilera à l'occasion de la réouverture de son

magasin phare de New York, les premières collections Couture et Prêt-à-porter Femme de Kim Jones. La Maison continuera de s'appuyer sur le succès de ses sacs iconiques *Peekaboo* et *Baguette* et l'expansion sélective de ses boutiques. **Celine** a de nombreux projets d'ouvertures de pop-ups et de boutiques et continuera à perfectionner sa plate-forme omnicanale afin de toujours mieux servir ses clients.

4. Parfums et Cosmétiques

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	3 025	5 248	2 304
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	9	8
Europe (hors France)	17	18	16
États-Unis	16	14	12
Japon	5	5	5
Asie (hors Japon)	45	45	49
Autres marchés	10	9	10
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	393	80	(30)
Marge opérationnelle (en %)	13,0	1,5	(1,3)

4.1 Faits marquants

La croissance organique des ventes du groupe Parfums et Cosmétiques s'établit à 37% par rapport à la même période de 2020. Les ventes sont en recul de 3% à périmètre et devises comparables comparées à 2019. Depuis le début de la crise sanitaire, nos grandes marques ont démontré leur résilience et leur solidarité tout en maintenant la sélectivité de leur distribution contrairement à bon nombre de concurrents qui ont multiplié les ventes en promotion ou dans les réseaux parallèles pour soutenir leurs ventes. Elles retrouvent une bonne dynamique avec la réouverture progressive des points de vente physiques alliée à la forte croissance de leurs ventes en ligne. Ces avancées sont soutenues par la vitalité des lignes phares, le succès des innovations et les progrès accomplis dans la création d'expériences digitales qualitatives et innovantes.

Parfums Christian Dior connaît une très forte accélération de son activité auprès des clientèles locales, prolongeant la reprise amorcée fin 2020. Cette dynamique s'observe sur tous ses marchés locaux, particulièrement en Asie mais également aux États-Unis et au Moyen-Orient. Les lignes emblématiques portent cette croissance avec le déploiement en maquillage du rouge à lèvres rechargeable *Rouge Dior*, le fort développement en soin des gammes *Prestige* et *Capture*, incarnation de l'expertise scientifique et sensorielle du centre de recherche et innovation LVMH et le succès continu des parfums *Sauvage*, *Miss Dior*, *J'adore* et *Dior Homme*. La *Collection Privée*, gamme de fragrances d'exception, poursuit de belles avancées grâce au lancement de nouvelles variations olfactives qui, associées à un travail rigoureux

de présentation, témoignent du savoir-faire incomparable de la Maison en haute parfumerie. L'accélération des ventes en ligne se poursuit via les sites en propre et grâce à des animations digitales parmi les plus innovantes au sein des marques de parfums et beauté. Source de visibilité accrue, véritables relais du réseau de boutiques, ces initiatives attirent de nouvelles clientèles qui découvrent ainsi le meilleur de l'expérience client offerte par la Maison.

Guerlain témoigne d'une dynamique très positive, portée par le soin grâce au succès exceptionnel et continu d'*Abeille Royale* et à la vitalité de la ligne *Orchidée Impériale*. L'activité en Chine est particulièrement soutenue. La Maison inaugure, en mai au Bon Marché, sa nouvelle esthétique de point de vente et s'illustre lors du « World Bee Day » en réaffirmant la force de son engagement pour les abeilles aux côtés de son égérie Angelina Jolie.

Parfums Givenchy renoue avec la croissance et gagne des parts de marché grâce au succès du parfum *L'Interdit* et au relancement prometteur de la ligne *Irrésistible*. En maquillage, la dynamique est portée par la poudre *Prisme Libre* et le lancement du fond de teint *Prisme Libre Glow*. **Benefit** accroît son leadership mondial du mascara avec le lancement du spectaculaire *They're Real! Magnet* à la technologie révolutionnaire. Au fil des réouvertures à travers le monde, les *Brow Bars* confirment leur succès. **Fresh** affirme sa présence dans le soin ultra premium avec le lancement du masque *Crème Ancienne White Truffle* à la truffe blanche d'Alba (Italie) et engage une démarche de soutien aux communautés des régions d'où sont extraits ses ingrédients naturels. **Make Up For Ever** innove avec le fond de teint *Watertone*, parfaite illustration de son engagement pour une beauté durable et responsable, co-créé avec son collectif de maquilleurs professionnels. **Fenty Beauty** renforce son offre dans le domaine du teint avec le lancement de la poudre compacte *Pro Filt'r Powder Foundation*, tandis que **Fenty Skin** étoffe sa gamme de soins et ouvre ses premiers points de vente physiques après le grand succès de ses débuts en ligne en exclusivité. **Parfums Kenzo** met l'accent sur la rénovation de l'eau de toilette de sa ligne phare, *Flower by Kenzo*. **Maison Francis Kurkdjian** poursuit sa croissance dynamique et lance une nouvelle collection de trois fragrances *Aqua Cologne Forte*. **Parfums Loewe** décline désormais ses flacons en plusieurs couleurs pour former un très esthétique « Botanical rainbow » et bénéficie du succès de ses parfums d'ambiance. Deux temps forts pour **Acqua di Parma** : l'exposition « The Scent of Parma » lors de l'ouverture d'une boutique phare à Shanghai et l'extension de ses ventes en ligne au Moyen-Orient. **Ole Henriksen** étend sa présence en Asie. **KVD Vegan Beauty** suscite un fort engouement sur les réseaux sociaux avec son fond de teint *Good Apple Foundation Balm*.

4.2 Perspectives

Face à des perspectives plus favorables mais encore incertaines, les Maisons de Parfums et Cosmétiques sont en bonne position pour tirer parti de la reprise qui s'opère progressivement dans le monde et faire la différence, à court et plus long termes, dans leurs univers concurrentiels. Tout en maintenant une grande vigilance au cours des prochains mois, elles mettront l'accent sur l'accélération de l'innovation et continueront d'investir sélectivement pour leur image et leur communication, l'excellence de leur distribution et la création de belles expériences digitales pour

5. Montres et Joaillerie

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	4 023	3 356	1 319
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	2	4	4
Europe (hors France)	14	20	21
États-Unis	22	8	7
Japon	10	12	12
Asie (hors Japon)	41	43	41
Autres marchés	11	13	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	794	302	(17)
Marge opérationnelle (en %)	19,7	9,0	(1,3)

5.1 Faits marquants

L'activité Montres et Joaillerie réalise une croissance organique des ventes de 71% par rapport à un premier semestre 2020 très affecté par la pandémie et de 5% comparée à 2019. Incluant Tiffany, la progression est beaucoup plus forte, montrant l'apport transformationnel de cette marque iconique. Les Maisons bénéficient de la reprise progressive des marchés, Chine et États-Unis en tête, et du recours à des modes de distribution adaptés au contexte sanitaire, vente directe et canal digital. Les nouveautés horlogères ont été dévoilées lors des temps forts de la profession, la LVMH Watch Week, sous un format inédit alliant réunions à distance et rencontres physiques individuelles, et le salon digital de Genève Watches and Wonders. LVMH a annoncé en avril sa participation au lancement d'une plate-forme durable pour les pierres précieuses et la joaillerie.

Tiffany, dont l'activité est intégrée pour la première fois au premier semestre, réalise un excellent semestre, porté par une dynamique particulièrement forte en Asie et aux États-Unis. Pour la première fois de son histoire, la Maison dévoile en Chine sa collection annuelle de haute joaillerie *Blue Book*. Parmi les 400 pièces que compte la collection, la pièce maîtresse est

leurs différentes clientèles. **Parfums Christian Dior** accélérera sa dynamique avec des initiatives fortes autour de ses lignes de parfums emblématiques *Sauvage*, *Miss Dior* et *J'adore*; en maquillage, la Maison soutiendra notamment le rouge à lèvres *Rouge Dior Forever Liquid* sans transfert; en soin, le déploiement du nouveau sérum *Capture Totale* pour les yeux et la création d'une gamme de démaquillants *Prestige* seront les principales initiatives. Dans le cadre d'un plan d'innovation très riche sur les trois axes de l'offre de **Guerlain**, le second semestre sera marqué principalement par un lancement majeur en haute parfumerie. La ligne de soin premium *Le Soin Noir* sera à l'honneur chez **Parfums Givenchy**.

l'exceptionnel Diamant Empire, une pierre de plus de 80 carats. Il inspire la réinvention d'un extraordinaire collier dont l'original fut présenté par Tiffany à l'Exposition Universelle de New York en 1939, avec en son centre un béryl spectaculaire, entouré de 500 diamants taillés sur mesure. De nombreuses pièces de la collection font leur apparition sur tapis rouge, portées par les célébrités. Rosé, la jeune chanteuse du groupe sud-coréen Blackpink, devient l'ambassadrice mondiale de la marque. Elle est aussi le nouveau visage de la collection *Tiffany HardWear*, ligne audacieuse et impertinente, symbole d'une énergie résolument féminine. Ce renouveau, particulièrement bien accueilli, génère d'excellentes retombées, en particulier auprès d'une clientèle plus jeune. Honorant sa longue tradition d'expression de l'amour et de la diversité, Tiffany initie un autre temps fort avec le lancement de sa première bague de fiançailles pour hommes, la *Charles Tiffany Setting*.

Bvlgari connaît une bonne dynamique en joaillerie, en particulier dans son réseau de boutiques en propre. La Maison compense la chute des ventes liées au travel retail par sa croissance auprès des clientèles locales dans toutes les régions clés. Cette performance illustre sa désirabilité, ainsi que la qualité du lien entretenu avec ses clients et l'efficacité de son dispositif digital. La nouvelle collection de joaillerie *Serpenti Viper* confirme son potentiel auprès de nouveaux clients, tandis que la ligne *B.zero1* poursuit sa croissance, nourrie par le lancement de *B.zero1 Rock*. Emblématique du style Bvlgari avec ses pierres exceptionnelles, la collection de haute joaillerie *Magnifica*, présentée en juin, rencontre un succès immédiat. L'attractivité de la nouvelle *Bvlgari Aluminium* et la dynamique des lignes féminines *Serpenti Seduttori*, *Lvcea* et *Diva* contribuent à une solide progression d'ensemble de la division des montres. Le modèle *Octo Finissimo*, le calendrier perpétuel le plus fin jamais réalisé, établit un nouveau record en haute horlogerie.

TAG Heuer inaugure un partenariat majeur avec Porsche avec le lancement du chronographe *Carrera Porsche*. Outre l'introduction d'éditions limitées à grand succès comme la *Green Dial Carrera* ou la *Monaco Titan*, une nouvelle collection *Aquaracer* est lancée en avril. Naomi Osaka et Tommy Fleetwood rejoignent les ambassadeurs TAG Heuer. Une première boutique est ouverte sur la côte Ouest américaine.

Le rebond de **Hublot** au premier semestre est porté par la forte reprise du marché chinois et, plus globalement, la croissance des ventes de ses boutiques en propre. La Maison connaît de grands succès avec ses nouveautés : *Big Bang Tourbillon Automatic Orange*, *Big Bang Unico Yellow Ceramic*, ou encore *Classic Fusion Takashi Murakami*. Montre officielle de l'Euro 2020 qui s'est déroulé en juin et juillet 2021, Hublot a lancé la montre connectée *Big Bang UEFA Euro 2020™* et une série de podcasts donnant la parole aux footballeurs ambassadeurs et amis de la Maison. Le réseau de distribution poursuit son expansion sélective.

Montrant une dynamique soutenue aux États-Unis et au Moyen-Orient, **Zenith** bénéficie de la forte demande suscitée par le lancement de la *Chronomaster Sport* et du développement rapide de son e-commerce.

Chaumet connaît une très bonne dynamique. La marque organise l'exposition « Joséphine & Napoléon » au 12 Vendôme, magnifiquement restauré en 2020, et continue d'enrichir sa collection *Joséphine*. La Maison étend sa distribution en Chine et au Moyen-Orient et rouvre sa boutique phare de New Bond Street à Londres.

Fred lance la ligne *Pretty Woman* avec Emma Roberts pour égypte et renforce sa présence en Chine, en Corée et au Japon.

5.2 Perspectives

Avec l'arrivée de la prestigieuse Maison Tiffany, le groupe Montres et Joaillerie aborde une nouvelle étape de son développement à long terme. Acteur majeur d'un secteur offrant de belles perspectives, doté d'une puissance et d'un rayonnement accrus, il continuera de placer son évolution sous le signe de l'innovation, de l'excellence des savoir-faire et de la responsabilité. À court terme, si l'horizon s'éclaircit, l'environnement reste volatil et la reprise contrastée selon les différents marchés. Dans ce contexte, nos Maisons maintiennent une grande sélectivité dans leurs investissements tout en poursuivant une politique soutenue d'innovation. Le développement qualitatif de la distribution, notamment celui des réseaux de boutiques en propre, et de nouvelles avancées digitales porteront également la dynamique des mois qui viennent. **Tiffany** entend poursuivre son rythme de croissance au second semestre en s'appuyant notamment sur une accélération en Chine, et sur le lancement, aux États-Unis en premier lieu, d'une nouvelle collection de joaillerie en or. Chez **Bulgari**, le second semestre verra une nouvelle campagne pour la collection *Magnifica*, avec les égéries de la Maison Zendaya, Lisa, Vittoria Ceretti et Lily Aldridge, l'organisation d'événements en haute joaillerie et le lancement de nouveautés à fort potentiel au sein des lignes de joaillerie *Diva's Dream* et *B.zerol*. Les Maisons horlogères bénéficieront du déploiement en distribution des nouveautés présentées au premier semestre.

6. Distribution sélective

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes (en millions d'euros)	5 085	10 155	4 844
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	10	13	11
Europe (hors France)	8	9	8
États-Unis	38	35	38
Japon	-	1	1
Asie (hors Japon)	28	27	28
Autres marchés	16	15	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	131	(203)	(308)
Marge opérationnelle (en %)	2,6	(2,0)	(6,4)

6.1 Faits marquants

Les ventes du groupe Distribution sélective sont en hausse de 12 % à périmètre et devises comparables par rapport au premier semestre 2020 et en recul de 25 % comparées à 2019. Au sein d'un environnement commercial en amélioration mais encore perturbé par l'arrêt des voyages internationaux et une reprise lente en Europe, nos Maisons ont poursuivi les mesures d'adaptation nécessaires et continuent d'enrichir leur offre digitale pour stimuler les ventes en ligne et maintenir le lien avec

leurs clients. La réouverture progressive des magasins fermés pendant près de deux mois au premier semestre s'est opérée dans de bonnes conditions avec pour priorité la sécurité des clients et des équipes.

Sephora réalise une bonne performance au cours du premier semestre, et ce malgré les contraintes liées à la pandémie ayant entraîné jusqu'à 500 fermetures de boutiques dans le monde en mars et avril. La Maison renforce ses positions dans la majorité de ses marchés. C'est particulièrement le cas aux États-Unis, où Sephora s'apprête à ouvrir 200 nouveaux points de vente en partenariat avec les grands magasins Kohl's, et en Chine, avec 13 nouvelles boutiques depuis janvier, incluant un « Flagship du Futur » conjuguant art moderne et réalité virtuelle dans l'iconique quartier Sanlitun de Pékin. Les investissements que Sephora consacre à sa stratégie omnicanale se révèlent payants, entraînant un record de ventes en ligne, soutenu par des innovations de tout premier plan, comme des expériences de streaming et de live shopping. Les catégories du soin et de la beauté des cheveux continuent à enregistrer les meilleures performances, les ventes de parfum sont en hausse tandis que le maquillage montre des signes de reprise. La Maison renforce son engagement en faveur de la diversité et de l'inclusion en joignant le mouvement Valuable 500 qui agit mondialement pour l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap et à travers son programme « Accelerate » dédié au soutien des entrepreneuses. Celui-ci se focalise cette année sur les créatrices d'entreprise de couleur, en ligne avec un engagement signé en 2020.

DFS a débuté 2021 avec une série d'ouvertures et d'annonces. En janvier, un premier magasin de centre-ville est inauguré sur l'île de Hainan en Chine, en partenariat avec Shenzhen Duty Free Group, marquant le retour de DFS après l'exploitation de boutiques aéroportuaires de 2005 à 2019. L'ouverture d'un site en centre-ville de Brisbane en Australie et celle d'un complexe touristique à Queenstown en Nouvelle-Zélande sont annoncées pour 2022. Ces destinations devraient bénéficier du retour de la clientèle chinoise dès la réouverture des frontières. Enfin, événement très attendu, La Samaritaine Paris Pont-Neuf a rouvert ses portes le 23 juin à l'issue d'une rénovation ambitieuse, fidèle à l'histoire de la Maison et d'une haute exigence environnementale. Au cours du semestre, l'activité a bénéficié de l'augmentation progressive du trafic aérien, des excellents résultats des sept boutiques de Macao et des débuts à Hainan. L'accélération de la stratégie digitale contribue aussi à dynamiser les ventes grâce à une série d'innovations : à Macao, le lancement d'une plate-forme de e-commerce très performante et d'un Mini Programme sur l'application WeChat offre à la clientèle une expérience d'achat unique ; de nouvelles fonctionnalités permettent aux marques partenaires de personnaliser leurs pages sur les supports digitaux de DFS ; en Amérique du Nord, la création d'une solution digitale pour les aéroports permet de renforcer l'intérêt et la fidélité des clients. DFS maintient en parallèle ses actions de soutien aux communautés locales.

Starboard Cruise Services prépare la reprise de ses activités. Un certain nombre de pays et d'autorités portuaires commencent à lever progressivement l'interdiction des croisières et à alléger les mesures sanitaires de distanciation. La Maison reste très prudente mais prépare une reprise de l'activité pour une partie de la flotte durant le dernier semestre. Les équipes se concentrent sur les opportunités du canal digital, l'optimisation de l'offre en fonction de chaque ligne de croisière et la mise en place des plans de reprise.

Le Bon Marché a connu un premier mois d'intense activité, porté notamment par l'exposition « Amazone Érogène » de l'artiste Prune Nourry, qui accroît le rayonnement du grand magasin et en fait un véritable lieu de destination pour ses clients. Dès le 31 janvier, Le Bon Marché a dû à nouveau fermer ses portes, du fait des mesures sanitaires. Pendant cette période, la communication digitale et la vente à distance ont permis de maintenir le lien avec les clients. Depuis le 19 mai, l'activité en

magasin a repris. Les deux sites de La Grande Épicerie de Paris, Rive Gauche et Rive Droite, ont accueilli leurs clients locaux sans interruption sur le semestre et continué de soutenir leurs fournisseurs. Leur activité est en croissance.

6.2 Perspectives

Sephora continuera d'accélérer son développement au second semestre, sur ses marchés clés, Chine et Amérique du Nord en particulier. Partout dans le monde, la forte dynamique des ventes en ligne sera portée par une politique soutenue d'innovation. En Europe, Sephora vient d'annoncer un partenariat stratégique avec la plate-forme en ligne Zalando pour la création d'une catégorie « Beauté Prestige » (lancement prévu en Allemagne au troisième trimestre 2021). Ce projet permettra d'accélérer l'expansion digitale de Sephora en Europe et d'élever l'expérience de la beauté en ligne des 42 millions de clients de Zalando. Aux États-Unis, le partenariat annoncé avec le distributeur Kohl's pour l'ouverture de 800 points de vente exclusifs « Sephora Beauté Prestige » débutera en août avec un objectif de 200 ouvertures d'ici fin 2021. Dans tous ses marchés, Sephora continuera d'enchanter ses clients avec une offre unique et sans cesse actualisée, l'excellence du service et des conseils délivrés par des équipes expertes et la meilleure expérience omnicanale. Les objectifs de la Maison en matière de responsabilité sociale demeurent une priorité essentielle avec un accent particulier sur la beauté responsable, l'impact sur les communautés locales, la diversité et l'inclusion.

DFS rouvrira progressivement ses magasins en lien avec les décisions sanitaires des autorités locales et les prévisions de fréquentation touristique. Ces ouvertures iront de pair avec des protocoles sanitaires renforcés sur les lieux de vente. Concentrant ses efforts en priorité sur les destinations qui connaissent une rapide reprise, la Maison s'apprête à renforcer sa présence déjà solide à Macao et à assurer le succès de ses nouveaux sites, celui de Hainan en Chine et La Samaritaine Pont-Neuf à Paris. L'automne prochain sera marqué au **Bon Marché** par l'exposition « Porte-Bonheurs », dont l'invité est Thebe Magugu, en soutien à l'association humanitaire Dessine l'Espoir. Le lancement d'une plate-forme digitale de services et d'expériences marquera la fin d'année, continuant de positionner Le Bon Marché Rive Gauche comme un lieu de vie au milieu de la scène parisienne.

7. Commentaires sur le bilan consolidé

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	Variation
Immobilisations incorporelles	44 739	30 651	14 088
Immobilisations corporelles	18 549	17 575	974
Droits d'utilisation	13 993	12 515	1 478
Autres actifs non courants	5 635	4 899	736
Actifs non courants	82 916	65 640	17 276
Stocks	16 054	13 016	3 038
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7 375	20 358	(12 983)
Autres actifs courants	7 329	7 003	326
Actifs courants	30 757	40 377	(9 619)
Actif	113 673	106 017	7 656

Le total du bilan consolidé du groupe Christian Dior à fin juin 2021 s'élève à 113,7 milliards d'euros, en hausse de 7,7 milliards d'euros par rapport au 31 décembre 2020.

Les immobilisations incorporelles s'établissent à 44,7 milliards d'euros, en progression de 14,1 milliards d'euros par rapport à fin 2020, dont 11,2 milliards d'euros liés aux écarts d'acquisition enregistrés durant le semestre. Ceci résulte principalement de l'entrée de Tiffany dans le périmètre de consolidation, l'acquisition ayant été finalisée début janvier 2021. À cela s'ajoute l'impact sur les écarts d'acquisition de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires, positif de 2,3 milliards d'euros.

Les immobilisations corporelles sont également en hausse de 1,0 milliard d'euros et s'élèvent à 18,5 milliards d'euros à la clôture. Cette progression est imputable, pour 0,8 milliard d'euros, aux acquisitions de la période, Tiffany en premier lieu. L'effet des investissements du semestre a été totalement compensé par les dotations aux amortissements ; les investissements sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

Les droits d'utilisation, à 14,0 milliards d'euros, sont en progression de 1,5 milliard d'euros par rapport au niveau de 12,5 milliards d'euros atteint à fin 2020, dont 1,0 milliard d'euros relatif à l'entrée de Tiffany dans le périmètre de consolidation. La variation liée au renouvellement des contrats, nette des amortissements de l'exercice représente une progression complémentaire de 0,2 milliard d'euros. Les contrats de location de boutiques représentent la majeure partie des droits d'utilisation, soit 10,9 milliards d'euros.

Les autres actifs non courants progressent de 0,7 milliard d'euros, pour s'établir à 5,6 milliards d'euros, suite de l'augmentation des impôts différés actifs pour 0,4 milliard d'euros, et des investissements financiers, pour 0,2 milliard d'euros.

Les stocks sont en augmentation de 3,0 milliards d'euros, dont 2,0 milliards d'euros en lien avec l'intégration des stocks de Tiffany, et 1,0 milliard d'euros résultant de l'activité de la période. Cette progression a été légèrement compensée, à hauteur de

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	Variation
Capitaux propres	40 127	36 244	3 883
Dette financière à plus d'un an	11 937	14 065	(2 128)
Dettes locatives à plus d'un an	12 045	10 665	1 380
Autres passifs non courants	21 613	19 358	2 255
Passifs non courants	45 596	44 088	1 508
Dette financière à moins d'un an	12 124	11 005	1 119
Dettes locatives à moins d'un an	2 440	2 163	277
Autres passifs courants	13 386	12 517	869
Passifs courants	27 950	25 685	2 265
Passif	113 673	106 017	7 656

0,5 milliard d'euros, par les dotations aux provisions pour dépréciations, nette des reprises. Voir également les Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée.

Hors stocks, les actifs courants reculent de 12,7 milliards d'euros, une évolution résultant en grande partie de la baisse de 13,0 milliards d'euros du niveau de trésorerie et équivalents de trésorerie, principalement en lien avec le paiement du prix d'acquisition de Tiffany, intervenue le 7 janvier 2021. Les instruments dérivés reculent de 0,5 milliard d'euros en raison de l'arrivée à échéance d'une partie des instruments en portefeuille au 31 décembre 2020. Ceux-ci incluaient notamment les instruments financiers relatifs à l'émission d'obligations convertibles de 2016, intégralement remboursée au cours du semestre. À l'inverse, les placements financiers progressent de 0,7 milliard d'euros, en raison des acquisitions réalisées au cours du semestre.

Les dettes locatives liées à l'application d'IFRS 16 sont en hausse de 1,7 milliard d'euros, dont 1,0 milliard d'euros imputable à l'acquisition de Tiffany.

Les autres passifs non courants, à 21,6 milliards d'euros, progressent de 2,3 milliards d'euros par rapport à leur niveau de 19,4 milliards d'euros à fin 2019. Cette variation est imputable, pour 2,0 milliards d'euros, à la progression de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires, qui s'établit à 13,0 milliards d'euros, à la suite de l'évolution des paramètres sur la base desquels sont établies les valorisations des dits engagements. À ceci s'ajoute, pour 0,2 milliard d'euros, la hausse des provisions, conséquence de l'intégration des engagements de retraite de Tiffany.

Enfin, les autres passifs courants, en hausse de 0,9 milliard d'euros, s'élèvent à 13,4 milliards d'euros. D'une part, les dettes d'exploitation progressent de 1,0 milliard d'euros, dont 0,6 milliard d'euros au titre des dettes envers les fournisseurs et 0,2 milliard d'euros au titre des dettes fiscales et sociales. À ceci s'ajoute le reclassement, pour 0,2 milliard d'euros, d'une partie de la dette au titre des engagements d'achat des titres de minoritaires, en

conséquence de l'exercice d'une option de vente par l'un des minoritaires bénéficiant de ses engagements. D'autre part, à l'inverse, les instruments dérivés reculent de 0,5 milliard d'euros à la suite, principalement, de l'échéance du solde des instruments financiers relatifs à l'émission d'obligations convertibles de 2016.

Dettes financières nettes et capitaux propres

(en millions d'euros ou en pourcentage)	30 juin 2021	31 déc. 2020	Variation
Dettes financières à plus d'un an	11 937	14 065	(2 128)
Dettes financières à moins d'un an et instruments dérivés	12 043	11 258	785
Dettes financières brutes après effet des instruments dérivés	23 980	25 323	(1 343)
Trésorerie, équivalents de trésorerie et autres	(8 843)	(21 110)	12 267
Dettes financières nettes	15 137	4 213	10 924
Capitaux propres totaux (part du Groupe et minoritaires)	40 127	36 244	3 883
Ratio dettes financières nettes/ Capitaux propres totaux	37,7 %	11,6 %	26,10-

Le total des capitaux propres, comprenant la part du Groupe et les intérêts minoritaires, s'élève à 40,1 milliards d'euros à fin juin 2021, en hausse de 3,9 milliards d'euros par rapport à fin 2020. Le résultat de la période, net des distributions de dividendes, contribue à cette progression pour 3,3 milliards d'euros. S'y ajoutent la progression de 1,0 milliard d'euros des gains et pertes enregistrés en capitaux propres, à la suite, principalement, de

l'effet de l'évolution des parités monétaires, ainsi qu'un effet positif de 0,1 milliard d'euros de la variation des engagements d'achat de titres de minoritaires. À l'inverse, les acquisitions de parts d'intérêts minoritaires représentent un impact négatif de 0,7 milliard d'euros. À fin juin 2021, la dette financière nette représente 37,7% du total des capitaux propres, contre 11,6% à fin 2020, soit une hausse de 26,1 points, liée principalement au décaissement du prix d'acquisition de Tiffany début janvier 2021.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin juin 2021 à 24,0 milliards d'euros, en recul de 1,3 milliard d'euros par rapport à fin 2020, malgré l'intégration des dettes de Tiffany, à hauteur de 1,0 milliard d'euros. Cette baisse fait suite au remboursement de l'emprunt obligataire de 350 millions émis par Christian Dior en 2016. LVMH a procédé au remboursement du solde des obligations convertibles dénouables en espèces émises en 2016, à celui de l'emprunt obligataire de 0,3 milliard d'euros émis par LVMH en 2019, et à celui de l'emprunt obligataire de 0,7 milliard d'euros émis par LVMH en 2014, anticipé par rapport à l'échéance prévue en septembre 2021. L'encours de billets de trésorerie et d'US Commercial Paper (USCP) est également en baisse, de 0,5 milliard d'euros. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent à 8,8 milliards d'euros à fin juin 2021, inférieurs de 12,3 milliards d'euros aux 21,1 milliards atteints fin 2020. La dette financière nette progresse ainsi de 10,9 milliards d'euros au cours du semestre, après un effet de 13,2 milliards d'euros de l'acquisition de Tiffany.

À fin juin 2021, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 13,1 milliards d'euros. Celui-ci excède l'encours des programmes de billets de trésorerie et d'USCP, qui totalisait 8,0 milliards d'euros à fin juin 2021.

8. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée

(en millions d'euros)	30 juin 2021	30 juin 2020	Variation
Capacité d'autofinancement	10 162	4 417	5 745
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	38	(45)	83
Dettes locatives : intérêts payés	(132)	(142)	9
Impôt payé	(1 590)	(1 383)	(207)
Variation du besoin en fonds de roulement	(765)	(2 008)	1 243
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	7 713	840	6 873
Investissements d'exploitation	(1 191)	(1 414)	224
Remboursements des dettes locatives	(1 243)	(1 157)	(86)
Cash-flow disponible d'exploitation⁽¹⁾	5 279	(1 732)	7 011
Investissements financiers et acquisitions et cessions de titres consolidés	(12 778)	(77)	(12 701)
Opérations en capital	(2 766)	(183)	(2 584)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	(10 265)	(1 991)	(8 274)

(1) Le cash-flow d'exploitation est défini au niveau du tableau de variation de la trésorerie consolidée. Outre la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation, il inclut les investissements d'exploitation et les remboursements de dettes locatives, le Groupe considérant ces deux éléments comme constitutifs de la variation de trésorerie générée par l'exploitation.

La capacité d'autofinancement s'élève à 10 162 millions d'euros, soit une progression de 5 745 millions d'euros par rapport aux 4 417 millions d'euros enregistrés un an plus tôt, et de 2 768 millions d'euros par rapport au premier semestre 2019. En effet, le premier semestre 2020 a été très négativement impacté par les effets de la crise liée à la pandémie de Covid-19.

Après paiement de l'impôt, des intérêts financiers relatifs à la dette financière nette et à ux dettes locatives et variation du besoin en fonds de roulement, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation atteint 7 713 millions d'euros, en hausse de 6 873 millions d'euros par rapport à juin 2020 et de 3 445 millions d'euros par rapport à juin 2019.

Les intérêts payés sur la dette financière nette représentent un encaissement net de 38 millions d'euros, à comparer à un décaissement de 45 millions d'euros un an plus tôt, et ce malgré une hausse significative de l'encours moyen de la dette financière brute, en lien avec le financement de l'acquisition de Tiffany, intervenue le 7 janvier 2021. En effet, le Groupe a bénéficié du contexte de taux d'intérêt négatifs sur la dette à court terme durant le semestre.

Les impôts payés atteignent 1 590 millions d'euros, en hausse de 207 millions d'euros par rapport aux 1 383 millions décaissés au premier semestre 2020.

La variation du besoin en fonds de roulement, négative de 765 millions d'euros, a généré un besoin de financement inférieur de 1 243 millions d'euros à celui du premier semestre 2020, durant lequel la variation du fonds de roulement avait représenté un besoin de 2 008 millions d'euros. Cette moindre variation résulte principalement du maintien, à fin juin 2021, des dettes fournisseurs et autres dettes d'exploitation à un niveau proche de celui de fin décembre 2020, en lien avec l'activité soutenue de la période. À l'inverse, en juin 2020, ces dettes d'exploitation étaient en fort recul à la suite de la contraction de l'activité, générant un besoin de financement de 2 045 millions d'euros. La variation des créances clients n'a que peu contribué à la variation du besoin en fonds de roulement au cours du premier semestre 2021, celles-ci se maintenant à un niveau équivalent à celui atteint fin 2020 tandis qu'en juin 2020 leur baisse avait permis de compenser le besoin né du recul des dettes fournisseurs et dettes d'exploitation à hauteur de 972 millions d'euros. Concernant les stocks, leur progression au cours du premier semestre 2021 a généré un besoin de financement de 1 041 millions d'euros, légèrement supérieur au niveau de 936 millions d'euros observé au premier semestre 2020, et ce malgré la vive progression de l'activité. Le groupe d'activités Mode et Maroquinerie est le principal contributeur à cette hausse.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent au premier semestre 2021 un débours de 1 191 millions d'euros,

en recul de 224 millions d'euros par rapport aux 1 414 millions d'euros déboursés au premier semestre 2020. Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent principalement les investissements des marques du Groupe dans leurs réseaux de distribution, notamment ceux de Christian Dior, Louis Vuitton et Sephora. Ils comprennent également les investissements des marques de champagne, de Hennessy et de Louis Vuitton dans leur outil de production.

Les remboursements de dettes locatives se sont élevés à 1 243 millions d'euros à fin juin 2021, proche des 1 157 millions d'euros observés à fin juin 2020.

À fin juin 2021, le cash-flow disponible d'exploitation s'élève à 5 279 millions d'euros, en forte hausse de 7 011 millions d'euros par rapport à fin juin 2020, un semestre largement pénalisé par la pandémie de Covid-19, et également en hausse de 3 505 millions d'euros par rapport au premier semestre 2019. L'effet de la progression de la capacité d'autofinancement en juin 2021 par rapport à juin 2020 et 2019 se cumule avec les effets, également positifs, de la baisse du besoin en fonds de roulement et des investissements d'exploitation.

Au cours du semestre, 12 778 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers, une part prépondérante de ce montant étant liée à l'acquisition de Tiffany.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 2 766 millions d'euros. Ce montant résulte pour 722 millions d'euros, du solde du dividende 2020 en numéraire versé au cours du semestre par Christian Dior, hors effet des actions auto-détenues. Les dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées s'élèvent 1 535 millions d'euros (il s'agit pour l'essentiel des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Christian Dior, soit 59% de LVMH SE, et de Diageo du fait de sa participation de 34% dans Moët Hennessy). À ces montants s'ajoutent les impôts relatifs aux dividendes versés, soit 64 millions d'euros.

Enfin, l'effet sur la trésorerie des acquisitions de titres d'intérêts minoritaires et des dividendes versés aux minoritaires est négatif de 448 millions d'euros.

Le besoin de financement après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'élève ainsi à 10 265 millions d'euros. Après le remboursement de dettes à hauteur de 2 992 millions d'euros et l'effet positif de 1 115 millions d'euros de la variation des parités monétaires sur les soldes de trésorerie, le niveau de trésorerie en fin de période est en baisse de 13 142 millions d'euros par rapport à fin 2020. Il atteint ainsi 7 059 millions d'euros à la clôture du semestre, un niveau incluant l'effet de l'acquisition de Tiffany, intervenue le 7 janvier 2021 pour un montant de 16,1 milliards de dollars US, soit 13,1 milliards d'euros.

Comptes semestriels consolidés résumés au 30 juin 2021

1.	Compte de résultat consolidé	19
2.	État global des gains et pertes consolidés	20
3.	Bilan consolidé	21
4.	Tableau de variation des capitaux propres consolidés	22
5.	Tableau de variation de la trésorerie consolidée	23
6.	Annexe aux comptes consolidés (extraits)	24

Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis de éléments dont ils sont constitués.

Chiffres clés

Principales données consolidées

(en millions d'euros et en pourcentage)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes	28 665	44 651	18 393
Marge brute	19 557	28 780	11 391
Marge brute en pourcentage des ventes	68,2%	64,5%	61,9%
Résultat opérationnel courant	7 623	8 300	1 669
Marge opérationnelle courante en pourcentage des ventes	26,6%	18,6%	9,1%
Résultat net	5 553	4 970	532
Résultat net, part des intérêts minoritaires	3 389	3 037	330
Résultat net, part du Groupe	2 164	1 933	202
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ^(a)	10 162	13 990	4 417
Investissements d'exploitation	1 191	2 478	1 414
Cash-flow disponible d'exploitation	5 279	6 093	(1 732)
Capitaux propres, part du Groupe	12 922	11 270	10 555
Intérêts minoritaires	27 206	24 974	24 306
Capitaux propres totaux	40 127	36 244	34 860
Dette financière nette ^(b)	15 137	4 213	8 319
Ratio Dette financière nette ^(b) /Capitaux propres totaux	37,7%	11,6%	23,9%

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

(b) Hors engagements d'achat de titres de minoritaires et dettes locatives.

Données par action

(en euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	11,99	10,72	1,12
Résultat net, part du Groupe après dilution	11,98	10,70	1,12
Dividende par action			
Acompte	3,00 ^(b)	2,00	-
Solde	n.a.	4,00	n.a.
Montant brut global au titre de la période^(a)	3,00	6,00	-

n.a. : non applicable.

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

(b) Le Conseil d'administration du 26 juillet 2021 a décidé la mise en paiement, le 2 décembre 2021, d'un acompte sur dividende au titre de l'exercice 2021 pour un montant brut de 3,00 euros par action.

1. Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Ventes	24	28 665	44 651	18 393
Coût des ventes		(9 108)	(15 871)	(7 002)
Marge brute		19 557	28 780	11 391
Charges commerciales		(9 803)	(16 790)	(7 999)
Charges administratives		(2 110)	(3 648)	(1 703)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	8	(21)	(42)	(21)
Résultat opérationnel courant	24	7 623	8 300	1 669
Autres produits et charges opérationnels	25	(34)	(333)	(154)
Résultat opérationnel		7 589	7 967	1 515
Coût de la dette financière nette		10	(38)	(47)
Intérêts sur dettes locatives		(140)	(281)	(149)
Autres produits et charges financiers		117	(292)	(268)
Résultat financier	26	(13)	(611)	(464)
Impôts sur les bénéfices	27	(2 023)	(2 385)	(518)
Résultat net avant part des minoritaires		5 553	4 970	532
Part des minoritaires	18	3 389	3 037	330
Résultat net, part du Groupe		2 164	1 933	202
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	28	11,99	10,72	1,12
Nombre d'actions retenu pour le calcul		180 410 580	180 410 580	180 410 580
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	28	11,98	10,70	1,12
Nombre d'actions retenu pour le calcul		180 410 580	180 410 580	180 410 580

2. État global des gains et pertes consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Résultat net avant part des minoritaires		5 553	4 970	532
Variation du montant des écarts de conversion		690	(1 645)	(149)
Montants transférés en résultat		-	(11)	-
Effets d'impôt		1	(10)	4
	16.5, 18	691	(1 666)	(144)
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises		392	73	(39)
Montants transférés en résultat		(229)	(123)	(7)
Effets d'impôt		90	(112)	11
		253	(162)	(35)
Variation de valeur des parts inefficaces des instruments de couverture		(185)	(209)	(51)
Montants transférés en résultat		104	232	119
Effets d'impôt		20	(9)	(26)
		(61)	14	42
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat		883	(1 814)	(137)
Variation de valeur des terres à vigne	6	-	(3)	-
Montants transférés en réserves consolidées		-	-	-
Effets d'impôt		-	3	-
		-	-	-
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels		108	(20)	5
Effets d'impôt		(25)	6	-
		83	(14)	5
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat		83	(14)	5
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres		966	(1 829)	(132)
Résultat global		6 519	3 141	400
Part des minoritaires		3 966	1 926	256
Résultat global, part du Groupe		2 553	1 215	144

3. Bilan consolidé

Actif

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	16 346	16 143	16 319
Écarts d'acquisition	4	28 393	14 508	11 952
Immobilisations corporelles	6	18 549	17 575	17 891
Droits d'utilisation	7	13 993	12 515	13 229
Participations mises en équivalence	8	974	990	1 053
Investissements financiers	9	980	739	789
Autres actifs non courants	10	966	845	934
Impôts différés		2 715	2 325	2 332
Actifs non courants		82 916	65 640	64 499
Stocks et en-cours	11	16 054	13 016	14 078
Créances clients et comptes rattachés	12	2 950	2 756	2 378
Impôts sur les résultats		356	401	1 042
Autres actifs courants	13	4 022	3 846	4 161
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	7 375	20 358	14 793
Actifs courants		30 757	40 377	36 452
Total de l'actif		113 673	106 017	100 951

Passif et capitaux propres

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Capitaux propres, part du Groupe	16.1	12 922	11 270	10 555
Intérêts minoritaires	18	27 206	24 974	24 306
Capitaux propres		40 127	36 244	34 860
Dette financière à plus d'un an	19	11 937	14 065	14 932
Dettes locatives à plus d'un an	7	12 045	10 665	11 159
Provisions et autres passifs non courants	20	3 537	3 288	3 252
Impôts différés		5 089	5 079	5 049
Engagements d'achats de titres de minoritaires	21	12 987	10 991	8 198
Passifs non courants		45 596	44 088	42 589
Dette financière à moins d'un an	19	12 124	11 005	9 021
Dettes locatives à moins d'un an	7	2 440	2 163	2 337
Fournisseurs et comptes rattachés	22.1	5 662	5 098	4 201
Impôts sur les résultats		987	721	566
Provisions et autres passifs courants	22.2	6 737	6 698	7 377
Passifs courants		27 950	25 685	23 502
Total du passif et des capitaux propres		113 673	106 017	100 951

4. Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions Christian Dior	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation				Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vigne	Engagements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		16.1	16.1	16.3	16.5							18	
Au 31 décembre 2019	180 507 516	361	194	(17)	362	-	(43)	471	(81)	9 632	10 880	24 837	35 717
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(640)	-	(73)	-	(5)	-	(718)	(1 111)	(1 829)
Résultat net										1 933	1 933	3 037	4 970
Résultat global					(640)	-	(73)	-	(5)	1 933	1 215	1 926	3 141
Charges liées aux plans d'actions gratuites										26	26	36	62
(Acquisitions)/cessions d'actions Christian Dior										-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	54	54
Dividendes et acomptes versés										(830)	(830)	(1 733)	(2 563)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(13)	(13)	(10)	(23)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					-	-	-	-	-	(88)	(88)	(29)	(117)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										80	80	(107)	(27)
Au 31 décembre 2020	180 507 516	361	194	(17)	(278)	-	(116)	471	(86)	10 740	11 270	24 974	36 244
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					267	-	90	-	32	-	389	577	966
Résultat net										2 164	2 164	3 389	5 553
Résultat global					267	-	90	-	32	2 164	2 553	3 966	6 519
Charges liées aux plans d'actions gratuites										31	31	47	78
(Acquisitions)/cessions d'actions Christian Dior										-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	11	11
Dividendes et acomptes versés										(722)	(722)	(1 545)	(2 267)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										8	8	46	54
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					-	-	-	-	-	(216)	(216)	(439)	(655)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(2)	(2)	146	144
Au 30 juin 2021	180 507 516	361	194	(17)	(11)	-	(26)	471	(54)	12 003	12 922	27 206	40 127
Au 31 décembre 2019	180 507 516	361	194	(17)	362	-	(43)	471	(81)	9 632	10 880	24 837	35 717
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(61)	-	2	-	1	-	(58)	(74)	(132)
Résultat net										202	202	330	532
Résultat global					(61)	-	2	-	1	202	144	256	400
Charges liées aux plans d'actions gratuites										16	16	22	38
(Acquisitions)/cessions d'actions Christian Dior										-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	28	28
Dividendes et acomptes versés										(469)	(469)	(784)	(1 253)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	-	(2)	(2)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					-	-	-	1	-	(77)	(77)	(31)	(107)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										61	61	(22)	39
Au 30 juin 2020	180 507 516	361	194	(17)	301	-	(41)	472	(79)	9 365	10 555	24 306	34 860

5. Tableau de variation de la trésorerie consolidée

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		7 589	7 967	1 515
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	8	26	64	25
Dotations nettes aux amortissements et provisions		1 384	3 478	1 635
Amortissement des droits d'utilisation	7.1	1 358	2 572	1 294
Autres retraitements et charges calculées		(194)	(91)	(52)
Capacité d'autofinancement		10 162	13 990	4 417
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		38	(62)	(45)
Dettes locatives : intérêts payés		(132)	(290)	(142)
Impôt payé		(1 590)	(2 397)	(1 383)
Variation du besoin en fonds de roulement	15.2	(765)	(369)	(2 008)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		7 713	10 873	840
II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT				
Investissements d'exploitation	15.3	(1 191)	(2 478)	(1 414)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	(12 696)	(536)	(45)
Dividendes reçus		2	12	1
Impôt payé relatif aux investissements financiers et aux titres consolidés		-	-	-
Investissements financiers nets des cessions	9	(84)	63	(33)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissements		(13 969)	(2 939)	(1 491)
III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Dividendes et acomptes versés	15.4	(2 321)	(2 685)	(64)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires		(448)	(163)	(133)
Autres opérations en capital	15.4	2	39	14
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	19	167	17 499	13 633
Remboursements d'emprunts et dettes financières	19	(2 554)	(5 024)	(2 712)
Remboursements de dettes locatives	7.2	(1 243)	(2 302)	(1 157)
Acquisitions et cessions de placements financiers	14	(605)	69	(188)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(7 001)	7 433	9 393
IV. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION		115	(1 052)	31
Variation nette de la trésorerie (I+II+III+IV)		(13 142)	14 315	8 773
Trésorerie nette à l'ouverture	15.1	20 201	5 886	5 886
Trésorerie nette à la clôture	15.1	7 059	20 201	14 659
Total de l'impôt payé		(1 654)	(2 527)	(1 441)

Indicateur alternatif de performance

Le rapprochement entre la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et le cash-flow disponible d'exploitation s'établit ainsi pour les périodes présentées :

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	7 713	10 873	840
Investissements d'exploitation	(1 191)	(2 478)	(1 414)
Remboursement de dettes locatives	(1 243)	(2 302)	(1 157)
Cash-flow disponible d'exploitation^(a)	5 279	6 093	(1 732)

(a) La norme IFRS 16 assimile les paiements relatifs aux loyers fixes des contrats de location à des paiements d'intérêts financiers, d'une part, et au remboursement d'une dette, d'autre part. Dans la gestion de ses activités, le Groupe considère l'ensemble des paiements au titre des contrats de location comme des éléments constitutifs de son cash-flow disponible d'exploitation, que les loyers payés soient fixes ou variables. En outre, dans le cadre de la gestion de ses activités, le Groupe considère que les investissements d'exploitation sont des éléments constitutifs de son cash-flow disponible d'exploitation.

6. Annexe aux comptes consolidés (extraits)

Note 1.	Principes comptables	25
Note 2.	Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	25
Note 3.	Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles	26
Note 4.	Écarts d'acquisition	27
Note 5.	Évaluation des actifs incorporels à durée de vie indéfinie	28
Note 6.	Immobilisations corporelles	28
Note 7.	Contrats de location	29
Note 8.	Participations mises en équivalence	31
Note 9.	Investissements financiers	32
Note 10.	Autres actifs non courants	32
Note 11.	Stocks et en-cours	32
Note 12.	Clients	33
Note 13.	Autres actifs courants	34
Note 14.	Placements financiers	34
Note 15.	Trésorerie et variations de trésorerie	34
Note 16.	Capitaux propres	36
Note 17.	Plans d'actions gratuites	37
Note 18.	Intérêts minoritaires	38
Note 19.	Emprunts et dettes financières	39
Note 20.	Provisions et autres passifs non courants	41
Note 21.	Engagements d'achat de titres de minoritaires	42
Note 22.	Fournisseurs et autres passifs courants	42
Note 23.	Instruments financiers et gestion des risques de marché	43
Note 24.	Information sectorielle	46
Note 25.	Autres produits et charges opérationnels	49
Note 26.	Résultat financier	50
Note 27.	Impôts sur les résultats	50
Note 28.	Résultat par action	51
Note 29.	Engagements de retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel	51
Note 30.	Engagements hors bilan	51
Note 31.	Faits exceptionnels et litiges	52
Note 32.	Parties liées	52
Note 33.	Événements postérieurs à la clôture	52

Note 1. Principes comptables

1.1 Cadre général et environnement

Les comptes consolidés du premier semestre 2021 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 30 juin 2021. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les périodes présentées. Les comptes consolidés du premier semestre 2021 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 26 juillet 2021.

Les comptes consolidés présentés sont « résumés » dans la mesure où ils comportent les seules notes annexes présentant un caractère significatif ou permettant de comprendre les évolutions de l'activité et de la situation financière du Groupe au cours de la période.

Les comptes semestriels sont préparés selon les mêmes règles et méthodes que celles retenues pour la préparation des comptes annuels, à l'exception de la détermination du taux d'impôt sur les résultats, calculé sur la base d'une projection sur l'exercice. En outre, la comparabilité des comptes semestriels et annuels peut être affectée par la nature saisonnière des activités du Groupe qui, en règle générale, réalise sur la seconde partie de l'année un volume d'affaires supérieur à celui du premier semestre (Voir Note 24 Information sectorielle).

1.2 Évolutions du référentiel comptable applicable au Groupe

Le Groupe applique depuis 1^{er} janvier 2021 la phase 2 des amendements aux normes IFRS 9, IAS 39 et IFRS 7 relatives aux instruments financiers, en lien avec la réforme des taux d'intérêt de référence. La phase 1 de ces amendements a été appliquée depuis 2019. Le processus de transition vers les taux de remplacement est en cours, et devrait être finalisé au cours du deuxième semestre 2021.

L'amendement de la norme IFRS 16 relatif à la comptabilisation des aménagements de loyers consentis par les bailleurs au-delà du 30 juin 2021 en lien avec la pandémie de Covid-19 sera appliqué au 31 décembre 2021, après son adoption par l'Union européenne, prévue au second semestre.

1.3 Effets de la pandémie de Covid-19 sur les comptes consolidés résumés

Le premier semestre 2021 marque un retour à la croissance de l'activité, et à un contexte d'arrêt des comptes n'ayant pas nécessité de revue particulière des hypothèses et estimations habituels, contrairement à l'exercice 2020 au cours duquel la pandémie de Covid-19 et les mesures prises par les différents gouvernements avaient fortement perturbé les activités du Groupe, affectant significativement les états financiers semestriels et annuels.

En 2020, les hypothèses et estimations sur la base desquelles certains postes de bilan ou de compte de résultat sont évalués avaient été revues afin de tenir compte du contexte lié à la crise, concernant :

- la valorisation des actifs incorporels,
- la renégociation des contrats de location,
- la valorisation des engagements d'achat de titres de minoritaires,
- les coûts liés à la sous-activité,
- les provisions pour dépréciation des stocks,
- les provisions pour dépréciations des créances clients,
- les indemnités reçues ou à recevoir de la part d'États ou d'organismes publics liées aux mesures de protection de l'économie,
- le portefeuille d'instruments dérivés affectés à la couverture d'opérations commerciales et la politique de couverture,
- l'évaluation des impôts différés actifs liés aux pertes fiscales.

Voir Note 1.3 de l'annexe aux comptes consolidés annuels et semestriels 2020 pour plus de détails.

Note 2. Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

Tiffany

Le 7 janvier 2021, LVMH a acquis la totalité des actions de la société Tiffany & Co. (« Tiffany »), conformément à l'accord signé en novembre 2019, amendé en octobre 2020, et approuvé par l'Assemblée générale de Tiffany le 30 décembre 2020. L'acquisition a été effectuée au prix de 131,50 dollars US par action, soit 16,1 milliards de dollars US, payés en numéraire, représentant

13,1 milliards d'euros au cours du jour de l'acquisition. Tiffany est consolidée depuis janvier 2021.

L'acquisition de Tiffany vient renforcer la position de LVMH dans la haute joaillerie et accroître davantage sa présence aux États-Unis. L'intégration de cette marque américaine iconique viendra transformer en profondeur la branche Montres et Joaillerie de LVMH.

Le tableau suivant présente les modalités provisoires d'allocation du prix payé par LVMH au 7 janvier 2021, date de prise de contrôle :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation provisoire du prix d'acquisition
Marque et autres immobilisations incorporelles	216
Immobilisations corporelles	809
Droits d'utilisation	961
Stocks et en-cours	2 000
Impôts différés	271
Dettes locatives	(1 035)
Dettes financières nettes	(127)
Autres actifs et passifs courants et non courants	(397)
Intérêts minoritaires	(10)
Actif net acquis	2 688
Écart d'acquisition provisoire	10 863
Valeur comptable de la participation au 7 janvier 2021	13 551

Les montants présentés dans le tableau ci-dessus sont issus des comptes non audités de Tiffany à la date de prise de contrôle, établis selon les principes comptables habituels de Tiffany. Les seules modifications apportées au 30 juin sont relatives à l'harmonisation de la présentation des comptes de Tiffany avec les principes de LVMH. Les travaux d'ajustement des valeurs des principaux actifs et passifs et d'harmonisation des principes comptables sont en cours et seront finalisés au 31 décembre 2021. Le principal poste du bilan sujet à réévaluation sera la marque.

La valeur comptable de la participation à la date de prise de contrôle inclut l'effet des couvertures de change réalisées en amont de l'acquisition pour un montant de 477 millions d'euros.

Au cours du semestre, l'acquisition de Tiffany a généré un décaissement de 12,4 milliards d'euros, net de la trésorerie acquise, de 0,6 milliards d'euros. L'opération a été financée au moyen de diverses émissions obligataires en 2020, pour un montant total de 10,7 milliards d'euros, et d'émissions de billets de trésorerie et d'US commercial paper pour le complément (voir Note 19 de l'annexe aux comptes consolidés 2020).

Les frais d'acquisition de Tiffany ont été enregistrés en Autres produits et charges opérationnels ; ils représentaient un montant de 35 millions d'euros au 31 décembre 2020 (voir Note 26 de l'annexe aux comptes consolidés 2020).

Au cours du premier semestre 2021, les ventes consolidées de Tiffany ont été de 1 859 millions d'euros, pour un résultat opérationnel courant de 339 millions d'euros.

Château d'Esclans

Au cours du semestre, LVMH a acquis une participation complémentaire de 45% dans Château d'Esclans, portant ainsi sa détention à 100%.

Armand de Brignac

En mai 2021, LVMH a acquis une participation de 50% dans Armand de Brignac, un acteur majeur dans le domaine des champagnes de prestige. L'allocation du prix payé sera effectuée au cours du second semestre, le principal actif correspondant à la marque Armand de Brignac.

Rimowa

En juin 2021, l'actionnaire minoritaire détenant 20% du capital de Rimowa a exercé son option de vente pour la totalité de ses titres. Le règlement est intervenu en juillet 2021. À l'issue de cette transaction, LVMH détient la totalité des titres Rimowa.

Note 3. Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

<i>(en millions d'euros)</i>			30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	13 598	(730)	12 867	12 877	12 877
Enseignes	3 721	(1 531)	2 190	2 130	2 309
Licences de distribution	75	(29)	46	46	35
Logiciels, sites internet	2 900	(2 117)	783	665	635
Autres	1 072	(612)	459	425	463
Total	21 365	(5 020)	16 346	16 143	16 319

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

Valeur brute (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2020	13 654	3 614	2 387	1 057	20 711
Acquisitions	-	-	62	131	193
Cessions, mises hors service	(25)	-	(27)	(23)	(76)
Effets des variations de périmètre	(28)	-	361	56	389
Effets des variations de change	(3)	108	37	4	145
Reclassements	-	-	81	(77)	3
Au 30 juin 2021	13 598	3 721	2 900	1 147	21 365

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2020	(777)	(1 484)	(1 722)	(585)	(4 568)
Amortissements	(5)	-	(173)	(62)	(240)
Dépréciations	1	-	(1)	-	-
Cessions, mises hors service	25	-	27	23	75
Effets des variations de périmètre	29	-	(214)	(18)	(203)
Effets des variations de change	(4)	(47)	(24)	(1)	(75)
Reclassements	-	-	(9)	-	(9)
Au 30 juin 2021	(730)	(1 531)	(2 117)	(642)	(5 020)
Valeur nette au 30 juin 2021	12 867	2 190	783	505	16 346

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

Note 4. Écarts d'acquisition

(en millions d'euros)	30 juin 2021			31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	21 379	(1 863)	19 516	7 911	8 112
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	8 877	-	8 877	6 597	3 840
Total	30 256	(1 863)	28 393	14 508	11 952

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021			31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	16 334	(1 826)	14 508	14 500	14 500
Effets des variations de périmètre	11 169	-	11 169	(27)	13
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	2 343	-	2 343	278	(2 488)
Variation des dépréciations	-	(7)	(7)	(178)	(89)
Effets des variations de change	410	(30)	380	(67)	16
À la clôture	30 257	(1 863)	28 393	14 508	11 952

Voir également Note 21 pour les écarts d'acquisition provenant d'engagements d'achat de titres de minoritaires.

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

Note 5. Évaluation des actifs incorporels à durée de vie indéfinie

Les marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie ainsi que les écarts d'acquisition ont fait l'objet d'un test annuel de perte de valeur au 31 décembre 2020.

Les hypothèses sur la base desquelles ont été effectués les tests de perte de valeur au 31 décembre 2020 ne sont pas remises en cause par les événements du semestre, notamment en ce qui

concerne l'horizon de retour à un niveau d'activité équivalent à celui de 2019.

Il n'a pas été enregistré de dépréciation significative au cours du premier semestre 2021, aucun événement susceptible d'entraîner une perte de valeur significative n'étant intervenu sur la période.

Note 6. Immobilisations corporelles

(en millions d'euros)			30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	4 003	(20)	3 984	3 907	3 961
Terres à vigne et vignobles ^(a)	2 670	(116)	2 554	2 551	2 559
Constructions	6 270	(2 455)	3 815	3 400	3 018
Immeubles locatifs	348	(36)	312	318	321
Agencements, matériels et installations	17 005	(12 044)	4 960	4 459	4 458
Immobilisations en-cours	1 063	(3)	1 060	1 176	1 849
Autres immobilisations corporelles	2 415	(551)	1 864	1 763	1 725
Total	33 774	(15 225)	18 549	17 575	17 891
<i>Dont : coût historique des terres à vigne</i>	<i>604</i>	<i>-</i>	<i>604</i>	<i>601</i>	<i>590</i>

(a) Les terres à vignes constituent la quasi-totalité de la valeur nette du poste Terres à vignes et vignobles.

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

Valeur brute (en millions d'euros)	Terres à vigne et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobilisations en-cours	Autres immobilisations corporelles	Total
				Boutiques et hôtels	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2020	2 668	9 561	353	9 767	3 098	1 566	1 181	2 318	30 513
Acquisitions	-	33	-	215	53	26	531	86	945
Variation de la valeur de marché des terres à vigne	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	(5)	(27)	-	(271)	(22)	(16)	(6)	(47)	(394)
Effets des variations de périmètre	-	215	-	1 235	216	497	116	52	2 331
Effets des variations de change	4	96	3	219	18	36	13	13	402
Autres mouvements, y compris transferts	2	396	(8)	238	78	50	(773)	(7)	(23)
Au 30 juin 2021	2 670	10 273	348	11 404	3 442	2 158	1 063	2 415	33 774

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vigne et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immo- bilisations en-cours	Autres immo- bilisations corporelles	Total
				Boutiques et hôtels	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2020	(117)	(2 253)	(35)	(6 810)	(2 087)	(1 076)	(5)	(555)	(12 938)
Amortissements	(3)	(132)	(1)	(579)	(105)	(82)	-	(31)	(934)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-	(3)	(1)	(3)
Cessions, mises hors service	5	27	-	269	21	16	4	34	375
Effets des variations de périmètre	-	(86)	-	(870)	(156)	(396)	-	-	(1 509)
Effets des variations de change	-	(26)	-	(159)	(11)	(29)	-	(6)	(231)
Autres mouvements, y compris transferts	-	(4)	-	9	(1)	2	1	8	15
Au 30 juin 2021	(116)	(2 475)	(36)	(8 140)	(2 338)	(1 566)	(3)	(551)	(15 225)
Valeur nette au 30 juin 2021	2 554	7 798	312	3 264	1 104	593	1 060	1 864	18 549

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

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

Dior, Louis Vuitton et Sephora. Ils comprennent également les investissements des marques de champagne, de Hennessy et de Louis Vuitton dans leur outil de production.

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

Note 7. Contrats de location

7.1 Droits d'utilisation

Les droits d'utilisation se décomposent ainsi, par nature d'actif sous-jacent :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021		31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Boutiques	15 365	(4 495)	10 870	10 657
Bureaux	2 652	(616)	2 036	1 484
Autres	983	(241)	742	752
Loyers fixes capitalisés	19 000	(5 352)	13 648	12 892
Droits au bail	855	(510)	345	337
Total	19 855	(5 863)	13 993	13 229

La variation du solde net des droits d'utilisation au cours du semestre est constituée des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Loyers fixes capitalisés				Droits au bail	Total
	Boutiques	Bureaux	Autres	Total		
Au 31 décembre 2020	13 577	1 931	922	16 429	782	17 211
Mise en place de nouveaux contrats de location	936	550	38	1 523	38	1 562
Effets des modifications d'hypothèses	92	7	12	110	-	110
Fins et résiliations anticipées des contrats	(273)	(60)	(22)	(355)	(9)	(364)
Effets des variations de périmètre	744	201	24	969	29	998
Effets des variations de change	292	24	9	326	3	329
Autres mouvements, y compris transferts	(2)	-	-	(2)	11	9
Au 30 juin 2021	15 365	2 652	983	19 000	855	19 855

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Loyers fixes capitalisés				Droits au bail	Total
	Boutiques	Bureaux	Autres	Total		
Au 31 décembre 2020	(3 523)	(498)	(200)	(4 222)	(474)	(4 696)
Amortissements	(1 110)	(164)	(61)	(1 334)	(26)	(1 360)
Dépréciations	-	2	-	2	-	2
Fins et résiliations anticipées des contrats	248	55	22	324	6	330
Effets des variations de périmètre	(26)	(5)	-	(31)	(6)	(38)
Effets des variations de change	(83)	(6)	(2)	(91)	(2)	(93)
Autres mouvements, y compris transferts	(1)	-	-	(1)	(8)	(9)
Au 30 juin 2021	(4 495)	(616)	(241)	(5 352)	(510)	(5 863)
Valeur nette au 30 juin 2021	10 870	2 036	742	13 648	345	13 993

Les mises en place de contrats de location concernent principalement des locations de boutiques, notamment chez Christian Dior Couture, Louis Vuitton, Sephora et Loro Piana. Il s'agit également de contrats relatifs à la location de locaux administratifs, principalement chez Christian Dior Couture et Loro Piana. Les effets des modifications d'hypothèses sont

essentiellement relatifs à l'exercice d'options de prolongation des contrats existants. Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'intégration de Tiffany (voir Note 2). Ces trois natures de variation conduisent à l'augmentation concomitante des droits d'utilisation et des dettes locatives.

7.2 Dettes locatives

Les dettes locatives se décomposent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Dettes locatives à plus d'un an	12 045	10 665	11 159
Dettes locatives à moins d'un an	2 440	2 163	2 337
Total	14 485	12 829	13 495

La variation des dettes locatives au cours du semestre est constituée des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Boutiques	Bureaux	Autres	Total
Au 31 décembre 2020	10 556	1 555	718	12 829
Mise en place de nouveaux contrats de location	921	560	38	1 520
Remboursement du nominal	(1 035)	(147)	(54)	(1 235)
Variation des intérêts courus	4	3	-	7
Fins et résiliations anticipées des contrats	(29)	(2)	-	(31)
Effets des modifications d'hypothèses	91	6	12	109
Effets des variations de périmètre	791	219	25	1 035
Effets des variations de change	227	21	8	255
Autres mouvements, y compris transferts	(1)	(3)	1	(4)
Au 30 juin 2021	11 525	2 212	748	14 485

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

7.3 Analyse de la charge de location

La charge de location de la période s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Amortissements et dépréciations des droits d'utilisation	1 332	2 572	1 248
Intérêts sur dettes locatives	140	281	149
Charge relative aux loyers fixes capitalisés	1 472	2 853	1 397
Autres charges de loyer	908	1 075	654
Total	2 380	3 928	2 051

Dans certains pays, les locations de boutiques comprennent un montant minimum et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. Conformément aux dispositions d'IFRS 16, seule la part fixe minimale fait l'objet d'une capitalisation. Les autres charges de loyer sont essentiellement relatives aux loyers variables.

Au cours du premier semestre 2021, les effets des aménagements de loyers consentis par les bailleurs sont peu significatifs. Ceux-ci ont été enregistrés en charges de loyers variables, conformément aux dispositions prévues par l'amendement à la norme IFRS 16 adopté en 2020 (voir Note 1.2).

Les décaissements relatifs aux contrats de location non capitalisés sont peu différents de la charge comptabilisée.

Note 8. Participations mises en équivalence

(en millions d'euros)	30 juin 2021				31 déc. 2020		30 juin 2020	
	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	990	-	990	426	1 074	448	1 074	448
Part dans le résultat de la période	(21)	-	(21)	-	(42)	(13)	(21)	(4)
Dividendes versés	(5)	-	(5)	-	(24)	(12)	(6)	(4)
Effets des variations de périmètre	(4)	-	(4)	-	-	-	(1)	-
Effets des souscriptions aux augmentations de capital	1	-	1	1	10	7	6	3
Effets des variations de change	9	-	9	5	(34)	(14)	(1)	-
Autres, y compris transferts	3	-	3	2	5	9	2	6
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence à la clôture	974	-	974	433	990	426	1 053	450

Note 9. Investissements financiers

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Au 1^{er} janvier	739	915	915
Acquisitions	110	159	48
Cessions à valeur de vente	(27)	(213)	(4)
Variations de valeur de marché ^(a)	136	24	(48)
Effets des variations de périmètre	31	-	-
Effets des variations de change	4	(13)	1
Reclassements ^(b)	(14)	(133)	(123)
À la clôture	980	739	789

(a) Enregistrées en résultat financier.

(b) Voir Note 14.

Les acquisitions du premier semestre 2021 résultent principalement de l'acquisition d'une participation complémentaire de 6,8% dans Tod's Spa, pour un montant de 74 millions d'euros, portant la détention de LVMH à 10% dans Tod's Spa.

Note 10. Autres actifs non courants

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Dépôts de garantie	467	409	433
Instruments dérivés (Voir Note 23)	95	110	147
Créances et prêts	361	280	311
Autres	43	46	43
Total	966	845	934

Note 11. Stocks et en-cours

(en millions d'euros)	30 juin 2021			31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	5 394	(17)	5 377	5 313	5 184
Autres matières premières et en-cours	3 287	(555)	2 732	1 732	2 045
	8 681	(572)	8 109	7 046	7 229
Marchandises	2 107	(242)	1 865	1 706	2 111
Produits finis	7 580	(1 499)	6 081	4 264	4 739
	9 687	(1 741)	7 946	5 970	6 850
Total	18 368	(2 314)	16 054	13 016	14 078

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021			31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	15 158	(2 142)	13 016	13 717	13 717
Variation du stock brut	1 041	-	1 041	562	936
Effet de la provision pour retours ^(a)	(5)	-	(5)	12	(1)
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(6)	-	(6)	(27)	(11)
Variation de la provision pour dépréciation	-	(226)	(226)	(797)	(462)
Effets des variations de périmètre	2 114	(99)	2 015	-	-
Effets des variations de change	248	(29)	219	(457)	(105)
Autres, y compris reclassements	(182)	182	-	7	5
À la clôture	18 368	(2 314)	16 054	13 016	14 078

(a) Voir Note 1.27 de l'annexe aux comptes consolidés 2020.

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)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Mise à valeur de marché de la récolte de la période	3	(7)	(5)
Effets des sorties de stocks de la période	(10)	(20)	(6)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	(6)	(27)	(11)

Voir Notes 1.10 et 1.18 de l'annexe aux comptes consolidés 2020 concernant la méthode d'évaluation des vendanges à leur valeur de marché.

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

Note 12. Clients

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Créances à valeur nominale	3 079	2 880	2 485
Provision pour dépréciation	(128)	(124)	(107)
Montant net	2 950	2 756	2 378

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021			31 déc. 2020	30 juin 2020
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	2 880	(124)	2 756	3 450	3 450
Variation des créances brutes	(105)	-	(105)	(528)	(1 007)
Variation de la provision pour dépréciation	-	(1)	(1)	(41)	(19)
Effets des variations de périmètre	250	(6)	244	1	-
Effets des variations de change	57	-	57	(148)	(44)
Reclassements	(3)	3	-	22	(2)
À la clôture	3 079	(128)	2 950	2 756	2 378

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 de longue date.

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

Note 13. Autres actifs courants

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Placements financiers (Voir Note 14)	1 469	752	953
Instruments dérivés (Voir Note 23)	427	968	1 073
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	938	956	847
Fournisseurs : avances et acomptes	172	209	210
Charges constatées d'avance	478	387	491
Autres créances	538	574	586
Total	4 022	3 846	4 161

Note 14. Placements financiers

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Au 1^{er} janvier	752	733	733
Acquisitions	837	576	388
Cessions à valeur de vente	(230)	(653)	(200)
Variations de valeur de marché ^(a)	108	(34)	(88)
Effets des variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	1	-	-
Reclassements	-	130	120
À la clôture	1 469	752	953
<i>Dont coût historique des placements financiers</i>	<i>1 327</i>	<i>719</i>	<i>984</i>

(a) Enregistrées en Résultat financier.

Voir également Note 9.

Note 15. Trésorerie et variations de trésorerie

15.1 Trésorerie et équivalents de trésorerie

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Dépôts à terme à moins de trois mois	1 669	13 546	10 042
Parts de SICAV et FCP	445	1 943	169
Comptes bancaires	5 260	4 869	4 582
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	7 375	20 358	14 793

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7 375	20 358	14 793
Découverts bancaires	(315)	(156)	(133)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	7 059	20 201	14 659

15.2 Variation du besoin en fonds de roulement

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

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Variation des stocks et en-cours	11	(1 041)	(562)	(936)
Variation des créances clients et comptes rattachés	12	105	528	1 007
Variation des soldes clients créditeurs	22.1	(18)	(10)	(34)
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés	22.1	269	(560)	(1 536)
Variation des autres créances et dettes		(80)	235	(509)
Variation du besoin en fonds de roulement^(a)		(765)	(369)	(2 007)

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

15.3 Investissements d'exploitation

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

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(193)	(480)	(172)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(945)	(1 984)	(1 025)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		(10)	(55)	(230)
Coûts de mise en place des contrats de location	7	(35)	(7)	(4)
Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations		(1 183)	(2 526)	(1 431)
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations		18	51	20
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(25)	(3)	(3)
Investissements d'exploitation^(a)		(1 191)	(2 478)	(1 414)

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

15.4 Dividendes et acomptes versés et autres opérations en capital

Au cours des périodes présentées, les dividendes et acomptes versés sont constitués des éléments suivants :

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Dividendes et acomptes versés par la société Christian Dior	(722)	(830)	-
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	(1 535)	(1 725)	(6)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés	(64)	(130)	(59)
Dividendes et acomptes versés	(2 321)	(2 685)	(64)

Le solde du dividende pour l'exercice 2020 a été mis en distribution le 22 avril 2021, conformément aux résolutions de l'Assemblée générale du 15 avril 2021.

Au cours des périodes présentées, les autres opérations en capital sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	Note	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires		2	39	14
Acquisitions et cessions d'actions Christian Dior	16.3	-	-	-
Autres opérations en capital		2	39	14

Note 16. Capitaux propres

16.1 Capitaux propres

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Capital	16.2	361	361	361
Primes	16.2	194	194	194
Actions Christian Dior	16.3	(17)	(17)	(17)
Écarts de conversion	16.5	(11)	(278)	301
Écarts de réévaluation		391	270	351
Autres réserves		9 839	8 807	9 161
Résultat net, part du Groupe		2 164	1 933	202
Capitaux propres, part du groupe		12 922	11 270	10 555

16.2 Capital social et primes

Au 30 juin 2021, le capital social est constitué de 180 507 516 actions (180 507 516 au 31 décembre 2020 et au 30 juin 2020), entièrement libérées, au nominal de 2 euros ; 129 400 460 actions bénéficient

d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (127 282 026 au 31 décembre 2020 et 132 188 513 au 30 juin 2020).

16.3 Actions Christian Dior

Le portefeuille d'actions Christian Dior, ainsi que leur affectation, s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	30 juin 2021		31 déc. 2020	30 juin 2020
	Nombre	Montant	Montant	Montant
Plans d'options d'achat	-	-	-	-
Plans d'attribution d'actions gratuites et de performance	-	-	-	-
Plans futurs	96 936	17	17	17
Actions Christian Dior	96 936	17	17	17

Au cours du premier semestre 2021, aucun mouvement n'a été constaté sur le portefeuille d'actions Christian Dior.

16.4 Dividendes versés par la société mère Christian Dior

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Acomptes au titre de l'exercice en cours (2020 : 2,00 euros)	-	361	-
Effet des actions auto-détenues	-	-	-
Montant brut versé au titre de l'exercice	-	361	-
Solde au titre de l'exercice précédent (2020 : 4,00 euros ; 2019 : 2,60 euros)	722	469	-
Effet des actions auto-détenues	-	-	-
Montant brut versé au titre de l'exercice précédent	722	469	-
Montant brut total versé au cours de la période^(a)	722	830	-

(a) Avant effets de la réglementation fiscale applicable aux bénéficiaires.

Le solde du dividende pour l'exercice 2020 a été mis en distribution le 22 avril 2021, conformément aux résolutions de l'Assemblée générale du 15 avril 2021. Le Conseil d'administration

du 26 juillet 2021 a approuvé la mise en paiement, le 2 décembre 2021, d'un acompte sur dividendes au titre de l'exercice 2021 de 3,00 euros par action.

16.5 Écarts de conversion

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021	Variation	31 déc. 2020	30 juin 2020
Dollar US	(121)	222	(343)	119
Franc suisse	305	(22)	327	356
Yen japonais	25	(16)	41	53
Dollar de Hong Kong	132	14	118	168
Livre sterling	(28)	18	(46)	(56)
Autres devises	(138)	51	(189)	(140)
Couvertures d'actifs nets en devises ^(a)	(185)	1	(186)	(198)
Total, part du groupe	(11)	267	(278)	301

(a) Dont : -55 millions d'euros au titre du dollar US (-52 millions d'euros au 31 décembre 2020 et -61 millions d'euros au 30 juin 2020), et -48 millions d'euros au titre du dollar de Hong Kong (-48 millions d'euros au 31 décembre 2020 et -49 millions d'euros au 30 juin 2020) et -84 millions d'euros au titre du franc suisse (-87 millions d'euros au 31 décembre 2020 et -90 millions d'euros au 30 juin 2020). Ces montants incluent l'effet impôt.

Note 17. Plans d'actions gratuites

17.1 Plans d'options d'achat d'actions

Aucun plan d'options de souscription n'est en vigueur au cours des périodes présentées.

17.2 Plans d'actions gratuites

Il n'existe plus de plan d'actions gratuites Christian Dior en vie au premier semestre 2021.

17.3 Charge de la période

La charge des plans d'attribution d'actions gratuites et d'actions de performance s'élève, sur les périodes présentées, à :

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Charge de la période	78	62	38

Chez LVMH

Trois plans d'actions gratuites ont été attribués au cours de la période. Les principales caractéristiques de ces plans sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Attributions initiales	Période d'acquisition des droits	Attributions provisoires de la période	Cours de l'action LVMH à la veille de la date d'attribution	Valeur unitaire des attributions provisoires
26 janvier 2021 ^(a)	74 187	1 an	74 187	501,9	495,1
26 janvier 2021	50 000	2 ans	50 000	501,9	489,0
15 avril 2021	40 000	2 ans	40 000	611,8	598,9
Total	164 187		164 187		

(a) L'attribution définitive de 44 187 actions gratuites n'est pas soumise à des conditions.

Le Conseil d'administration de LVMH du 15 avril 2021 a décidé l'attribution définitive anticipée, avec effet immédiat, des actions des plans du 26 juillet 2017, du 25 octobre 2017, du 25 janvier 2018 et du 12 avril 2018, soumis à des conditions de performance spécifiques liées à une filiale.

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

Chez Christian Dior

Aucun nouveau plan d'options ou d'actions gratuites n'a été mis en place au cours du premier semestre 2021 par la société Christian Dior.

Note 18. Intérêts minoritaires

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Au 1^{er} janvier	24 974	24 837	24 837
Part des minoritaires dans le résultat	3 389	3 037	330
Dividendes versés aux minoritaires	(1 545)	(1 733)	(784)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées	46	(10)	(2)
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires	(439)	(29)	(31)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	11	54	28
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	577	(1 111)	(74)
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'actions gratuites	47	36	22
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	146	(107)	(22)
À la clôture	27 206	24 974	24 306

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

(en millions d'euros)	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vigne	Engagements envers le personnel	Part des minoritaires dans les écarts de conversion et de réévaluation
Au 31 décembre 2020	(378)	(148)	936	(168)	242
Variations de la période	424	102	-	51	577
Variations dues à l'autodétention de LVMH SE	-	-	-	-	-
Au 30 juin 2021	47	(46)	936	(117)	820

Les intérêts minoritaires sont essentiellement constitués des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Christian Dior SE, soit 59% de LVMH SE. Il leur a été versé un montant de 1 384 millions d'euros au titre du solde du dividende 2020 au cours de la période.

Les intérêts minoritaires sont également constitués des 34% détenus par Diageo dans Moët Hennessy SAS et Moët Hennessy International SAS (« Moët Hennessy ») ainsi que des 39% détenus par Mari-Cha Group Ltd dans DFS. Les 34% détenus par Diageo dans Moët Hennessy faisant l'objet d'un engagement d'achat, ils sont reclassés à la clôture en Engagements d'achat de titres de minoritaires, au sein des Passifs non courants, et sont donc exclus du total des intérêts minoritaires à la date de clôture. Voir Notes 1.13 et 21 de l'annexe aux comptes consolidés 2020.

Le montant des dividendes versés à Diageo au cours du premier semestre 2021 est de 143 millions d'euros, au titre de l'exercice 2020. La part du résultat net du premier semestre 2021 revenant à Diageo s'élève à 211 millions d'euros, et sa part dans les intérêts minoritaires cumulés (avant effets comptables de l'engagement d'achat octroyé à Diageo) s'élève à 3 428 millions d'euros au 30 juin 2021.

Le montant des dividendes versés à Mari-Cha Group Ltd au cours du premier semestre 2021, relatifs à l'exercice 2020, est de 64 millions d'euros. La part du résultat net du premier semestre 2021 revenant à Mari-Cha Group Ltd s'élève à -11 millions d'euros, et sa part dans les intérêts minoritaires cumulés au 30 juin 2021 s'élève à 1 238 millions d'euros.

Note 19. Emprunts et dettes financières

19.1 Dette financière nette

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Emprunts obligataires et Euro Medium-Term Notes (EMTN)	11 668	13 866	14 500
Emprunts bancaires	269	199	432
Dette financière à plus d'un an	11 937	14 065	14 932
Emprunts obligataires et Euro Medium-Term Notes (EMTN)	3 021	1 444	1 918
Emprunts courants auprès des établissements de crédit	322	346	437
Titres de créance à court terme négociables	8 035	8 575	5 919
Autres emprunts et lignes de crédit	399	433	581
Découverts bancaires	315	156	133
Intérêts courus	32	51	32
Dette financière à moins d'un an	12 124	11 005	9 021
Dette financière brute	24 061	25 070	23 953
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(21)	(68)	(53)
Instruments dérivés liés au risque de change	(60)	321	164
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	23 980	25 323	24 064
Placements financiers ^(a)	(1 469)	(752)	(953)
Trésorerie et équivalents de trésorerie ^(b)	(7 375)	(20 358)	(14 793)
Dette financière nette	15 137	4 213	8 319

(a) Voir Note 14.

(b) Voir Note 15.1.

La dette financière nette n'inclut ni les engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Note 21) ni les dettes locatives (voir Note 7).

La variation de la dette financière brute après effet des instruments dérivés au cours de la période s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	31 déc. 2020	Variations de la trésorerie ^(a)	Effets des variations de change	Effets des variations de valeur de marché	Variations de périmètre	Reclassements et autres	30 juin 2021
Dette financière à plus d'un an	14 065	84	123	(38)	744	(3 041)	11 937
Dette financière à moins d'un an	11 005	(2 625)	443	(2)	271	3 031	12 124
Dette financière brute	25 070	(2 541)	566	(40)	1 015	(10)	24 061
Instruments dérivés	253	13	-	(348)	-	-	(82)
Dette financière brute après effets des instruments dérivés	25 323	(2 528)	566	(387)	1 016	(10)	23 980

(a) Dont 167 millions d'euros au titre des émissions et souscriptions d'emprunts et - 2 554 millions d'euros au titre des remboursements d'emprunts et de dettes financières.

Au cours du semestre Christian Dior a remboursé par anticipation l'emprunt obligataire de 350 millions d'euros émis en 2016 dont l'échéance prévue était juin 2021.

Au cours du semestre, LVMH a remboursé l'emprunt obligataire de 300 millions d'euros émis en 2019. Le solde des obligations convertibles dénouables en espèces émises en 2016, d'une valeur

nominale initiale de 750 millions de dollars US, a également été remboursé, soit 156 millions de dollars US. Un nominal de 594 millions de dollars US avait été remboursé par anticipation à fin 2020, suite à l'exercice, par les porteurs d'obligations, de la clause de conversion. Voir Note 19 de l'annexe aux comptes consolidés 2020 concernant les détails du remboursement de ces obligations.

En outre, LVMH a procédé au remboursement anticipé de l'emprunt obligataire de 650 millions d'euros émis en 2014, dont l'échéance était prévue en septembre 2021. Les swaps de couverture associés ont été débouclés concomitamment au remboursement.

L'intégration de Tiffany a conduit à une augmentation des dettes obligataires de 724 millions d'euros, via quatre émissions en dollars US d'un montant nominal total de 800 millions de dollars US et une émission de 10 milliards de yens japonais.

19.2 Analyse de la dette financière brute par échéance et par nature de taux après effets des instruments dérivés

(en millions d'euros)		Dette financière brute			Effets des instruments dérivés			Dette financière brute après effet des instruments dérivés		
		Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total
Échéance	Au 30 juin 2022	2 321	9 803	12 124	(668)	592	(76)	1 653	10 395	12 048
	Au 30 juin 2023	1 629	-	1 629	(813)	821	9	817	821	1 638
	Au 30 juin 2024	2 549	-	2 549	(306)	294	(13)	2 243	294	2 536
	Au 30 juin 2025	1 719	-	1 719	1	-	1	1 720	-	1 720
	Au 30 juin 2026	1 258	-	1 258	(5)	-	(5)	1 253	-	1 253
	Au 30 juin 2027	1 068	-	1 068	(987)	990	3	81	990	1 071
	Au-delà	3 713	-	3 713	-	-	-	3 713	-	3 713
Total		14 259	9 803	24 061	(2 778)	2 697	(81)	11 481	12 500	23 980

Voir Note 23.3 concernant les valeurs de marché des instruments de taux d'intérêt.

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

La dette en devises a pour objet de financer le développement des activités du Groupe en dehors de la zone euro, ainsi que le patrimoine du Groupe libellé en devises.

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Euro	22 717	21 648	18 234
Dollar US	2 338	3 120	3 959
Franc suisse	360	80	72
Yen japonais	632	762	927
Autres devises	(2 066)	(287)	872
Total	23 980	25 323	24 064

19.4 Lignes de crédit confirmées non tirées et covenants

Au 30 juin 2021, le montant disponible des lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 13,2 milliards d'euros. Celui-ci excède l'encours des programmes de billets de trésorerie et US Commercial Paper, dont le montant total s'élève à 8,0 milliards d'euros au 30 juin 2021.

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, le Groupe peut s'engager à respecter certains ratios financiers. Au 30 juin 2021, aucune ligne de crédit significative n'est concernée par ces dispositions.

Note 20. Provisions et autres passifs non courants

Les provisions et autres passifs non courants s'analysent ainsi :

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Provisions à plus d'un an	1 679	1 473	1 437
Positions fiscales incertaines	1 156	1 144	1 160
Instruments dérivés ^(a)	41	146	185
Participation du personnel aux résultats	82	86	81
Autres dettes	578	438	389
Provisions et autres passifs non courants	3 537	3 288	3 252

(a) Voir Note 23.

Les provisions sont relatives aux natures de risques et charges suivantes :

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	977	784	820
Provisions pour risques et charges	703	690	617
Provisions à plus d'un an	1 679	1 473	1 437
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	16	9	7
Provisions pour risques et charges	548	503	394
Provisions à moins d'un an	564	512	401
Total	2 243	1 985	1 838

Les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante au cours du semestre :

(en millions d'euros)	31 déc. 2020	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres ^(a)	30 juin 2021
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	793	57	(52)	-	287	(92)	993
Provisions pour risques et charges	1 192	289	(213)	(42)	18	6	1 250
Total	1 986	346	(265)	(42)	305	(85)	2 243

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

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges (voir Note 31), 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, leur conditionnement, ou les relations avec les partenaires du Groupe (distributeurs, fournisseurs, actionnaires des filiales...).

Les passifs non courants relatifs aux positions fiscales incertaines incluent l'estimation des risques, litiges, et situations contentieuses, réalisés ou probables, relatifs au calcul de l'impôt sur les résultats. 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 notifiées, donnent lieu à l'enregistrement d'un passif dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères de l'interprétation IFRIC 23 Positions fiscales incertaines.

Note 21. Engagements d'achat de titres de minoritaires

Au 30 juin 2021, 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 pour un montant égal à 80% de la juste valeur de Moët Hennessy à la date d'exercice de l'option. Cette option est exerçable à tout moment avec un préavis de six mois. 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 SAS 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, Clos des Lambrays et Colgin Cellars et à l'exception de certains vignobles champenois.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent également l'engagement relatif aux minoritaires de Loro Piana (15%), de Rimowa (20%), ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

Voir Note 2 concernant l'engagement relatif à Rimowa.

Note 22. Fournisseurs et autres passifs courants

22.1 Fournisseurs et comptes rattachés

La variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés au cours des périodes présentées provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Au 1^{er} janvier	5 098	5 814	5 814
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	269	(560)	(1 537)
Variation des clients créditeurs	(18)	(10)	(34)
Effets des variations de périmètre	236	-	-
Effets des variations de change	79	(159)	(30)
Reclassements	(1)	14	(12)
À la clôture	5 662	5 098	4 200

Les effets des variations de périmètre résultent essentiellement de l'acquisition de Tiffany. Voir Note 2.

22.2 Provisions et autres passifs courants

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Provisions à moins d'un an ^(a)	564	512	401
Instruments dérivés ^(b)	100	604	901
Personnel et organismes sociaux	1 610	1 530	1 297
Participation du personnel aux résultats	104	116	58
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôts sur les résultats	714	823	568
Clients : avances et acomptes versés	789	723	696
Provisions pour retour et reprise de produits ^(c)	493	463	366
Différé de règlement d'immobilisations	730	538	493
Produits constatés d'avance	373	353	339
Autres dettes	1 260	1 035	2 258
À la clôture	6 737	6 698	7 377

(a) Voir Note 20.

(b) Voir Note 23.

(c) Voir Note 1.27 de l'annexe aux comptes consolidés 2020.

Note 23. Instruments financiers et gestion des risques de marché

23.1 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 au niveau de chaque palier.

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 des systèmes d'information qui permettent 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 aux organes de direction concernés, 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.

23.2 Synthèse des instruments dérivés

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

<i>(en millions d'euros)</i>			Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Risque de taux d'intérêt	Actifs :	non courants		15	57	67
		courants		23	33	19
	Passifs :	non courants		(7)	(10)	(14)
		courants		(10)	(12)	(19)
			23.3	21	68	53
Risque de change	Actifs :	non courants		80	52	79
		courants		397	670	433
	Passifs :	non courants		(33)	(136)	(170)
		courants		(79)	(330)	(269)
			23.4	365	257	72
Autres risques	Actifs :	non courants		-	-	-
		courants		7	266	622
	Passifs :	non courants		(2)	-	-
		courants		(11)	(263)	(613)
			23.5	(5)	3	9
Total	Actifs :	non courants	10	95	110	147
		courants	13	427	968	1 073
	Passifs :	non courants	20	(41)	(146)	(185)
		courants	22	(100)	(604)	(901)
				381	328	134

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

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

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 30 juin 2021 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ^{(a) (b)}			
	À un an	D'un à cinq ans	Au-delà	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros, payeur de taux variable	1 316	2 106	-	3 423	-	26	-	26
Swaps de taux en euros, payeur de taux fixe	764	-	-	764	(10)	-	(2)	(13)
Swaps de devises, payeur de taux euro	466	1 806	-	2 273	-	-	7	7
Swaps de devises, receveur de taux euro	56	133	-	189	-	-	1	1
Total					(10)	26	6	21

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.10 de l'annexe aux comptes consolidés 2020 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

23.4 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de change

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

Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts

progressivement, dans la limite d'un horizon qui n'excède un an que dans les cas où les probabilités de réalisation le justifient. Dans ce cadre, et selon les évolutions de marché, les risques de change identifiés sont couverts par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

En outre, le Groupe est exposé au risque de change patrimonial lié à la détention d'actifs en devises. Ce risque de change peut être couvert totalement ou partiellement par la mise en place d'emprunts en devises ou par des couvertures de situations nettes de ses filiales situées hors zone euro, en utilisant des instruments appropriés ayant pour objet de limiter l'effet sur ses capitaux propres consolidés des variations de parité des devises concernées contre l'euro.

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de change en vie au 30 juin 2021 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation ^(a)				Valeur de marché ^{(b)(c)}				
	2021	2022	Au-delà	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées									
Call USD	49	-	-	49	-	-	-	-	-
Put JPY	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Put GBP	20	-	-	20	-	-	-	-	-
Autres	171	82	-	254	2	-	-	-	2
	241	82	-	323	2	-	-	-	3
Tunnels									
Vendeur USD	2 224	3 736	-	5 959	120	44	-	-	163
Vendeur JPY	750	884	-	1 634	78	20	-	-	98
Vendeur GBP	260	356	-	616	3	-	-	-	3
Vendeur HKD	120	211	-	331	11	3	-	-	13
Vendeur CNY	1 756	2 347	-	4 104	25	-	-	-	25
	5 109	7 535	-	12 644	236	66	-	-	302
Contrats à terme									
USD	(1 280)	(165)	-	(1 445)	7	-	-	-	7
ZAR	15	-	-	15	-	(1)	-	-	(1)
MYR	15	-	-	15	-	-	-	-	-
BRL	33	6	-	39	-	(5)	-	-	(5)
Autres	13	(41)	-	(28)	(3)	-	-	-	(3)
	(1 204)	(200)	-	(1 404)	4	(5)	-	-	(1)
Swaps cambistes									
USD	(4 466)	(887)	-	(5 353)	(3)	65	(9)	-	53
GBP	423	(404)	(1 806)	(1 788)	-	(21)	-	-	(21)
JPY	202	(79)	13	136	11	1	(1)	-	12
CNY	(2 294)	9	8	(2 277)	-	22	-	-	22
Autres	(378)	48	(21)	(351)	(1)	(3)	-	-	(4)
	(6 513)	(1 313)	(1 806)	(9 633)	7	64	(9)	-	62
Total	(2 368)	6 104	(1 806)	1 930	249	125	(9)	-	365

(a) Vente/(Achat).

(b) Voir Note 1.10 de l'annexe aux comptes consolidés 2020 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

(c) Gain/(Perte).

23.5 Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

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

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

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition

économique à des actifs particuliers, de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH, ou de couvrir certains risques liés à l'évolution du cours de l'action LVMH. Ainsi, dans le cadre de l'émission d'obligations convertibles effectuée en 2016 (voir Note 19 et 18 de l'annexe aux Comptes consolidés 2016), LVMH a souscrit à des instruments financiers lui permettant de couvrir intégralement l'exposition à l'évolution, positive ou négative, du cours de l'action LVMH. Le solde de ces instruments est arrivé à échéance au cours du semestre, les obligations convertibles auxquels ils étaient adossés ayant été remboursées durant le semestre. Voir également Note 19.

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

auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or. Les instruments dérivés liés à la couverture du prix des métaux précieux en vie au 30 juin 2021 ont une valeur de marché négative de 5 millions d'euros, et représentent un montant nominal de 1,3 milliard d'euros, dont 1,0 milliard pour l'argent et 0,3 milliard pour l'or. Ceux-ci intègrent les instruments dérivés conclus par Tiffany. Ces instruments sont à échéance 2021 et 2022.

Note 24. 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. Les informations concernant Louis Vuitton et Bvlgari sont présentées selon l'activité prépondérante de la marque, soit le groupe d'activités Mode et Maroquinerie pour Louis Vuitton et le groupe d'activités Montres et Joaillerie pour Bvlgari.

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, notamment le pôle média, le constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent, les activités hôtelières ainsi que l'activité des sociétés holdings ou immobilières.

Tiffany est intégrée au sein du groupe d'activités Montres et Joaillerie depuis janvier 2021.

24.1 Informations par groupe d'activités

Premier semestre 2021

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	2 701	13 839	2 616	3 972	5 053	484	-	28 665
Ventes intra-Groupe	4	24	409	51	32	12	(532)	-
Total des ventes	2 705	13 863	3 025	4 023	5 085	496	(532)	28 665
Résultat opérationnel courant	924	5 660	393	794	131	(265)	(14)	7 623
Autres produits et charges opérationnels	(1)	(22)	(3)	-	-	(8)	-	(34)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(106)	(1 007)	(208)	(469)	(682)	(127)	53	(2 545)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	<i>(16)</i>	<i>(617)</i>	<i>(70)</i>	<i>(235)</i>	<i>(431)</i>	<i>(44)</i>	<i>53</i>	<i>(1 360)</i>
<i>Autres</i>	<i>(90)</i>	<i>(390)</i>	<i>(138)</i>	<i>(234)</i>	<i>(250)</i>	<i>(83)</i>	<i>-</i>	<i>(1 185)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	12 448	7 665	2 048	17 161	3 213	2 203	-	44 739
Droits d'utilisation	157	6 489	463	1 997	4 655	858	(626)	13 993
Immobilisations corporelles	3 281	3 548	685	1 369	1 677	7 997	(7)	18 549
Stocks et en-cours	6 239	3 116	780	3 883	2 323	41	(328)	16 054
Autres actifs opérationnels	1 238	1 992	1 176	1 122	591	1 280	12 940 ^(c)	20 339
Total actif	23 364	22 811	5 152	25 531	12 459	12 379	11 978	113 673
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	40 127	40 127
Dettes locatives	172	6 550	485	2 050	4 900	943	(614)	14 485
Autres passifs	1 754	5 315	2 094	1 926	2 386	1 521	44 066 ^(d)	59 062
Total passif et capitaux propres	1 926	11 865	2 579	3 976	7 286	2 464	83 579	113 673
Investissements d'exploitation ^(e)	(115)	(450)	(113)	(172)	(174)	(166)	-	(1 191)

Exercice 2020

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	4 744	21 172	4 456	3 315	10 115	849	-	44 651
Ventes intra-Groupe	11	35	792	41	40	19	(938)	-
Total des ventes	4 755	21 207	5 248	3 356	10 155	868	(938)	44 651
Résultat opérationnel courant	1 388	7 188	80	302	(203)	(526)	71	8 300
Autres produits et charges opérationnels	(43)	(68)	(20)	(3)	(87)	(112)	-	(333)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(253)	(2 069)	(460)	(475)	(1 549)	(313)	117	(5 002)
Dont : Droits d'utilisation	(34)	(1 226)	(145)	(254)	(941)	(93)	117	(2 575)
Autres	(219)	(843)	(315)	(221)	(608)	(220)	-	(2 427)
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	9 909	7 577	2 058	5 752	3 153	2 202	-	30 651
Droits d'utilisation	162	5 730	503	1 151	4 699	888	(618)	12 515
Immobilisations corporelles	3 232	3 482	709	577	1 723	7 860	(8)	17 575
Stocks et en-cours	6 040	2 726	742	1 641	2 111	37	(281)	13 016
Autres actifs opérationnels	1 306	1 919	1 151	672	696	1 615	24 901 ^(c)	32 260
Total actif	20 650	21 433	5 163	9 793	12 383	12 602	23 994	106 017
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	36 244	36 244
Dettes locatives	170	5 766	516	1 117	4 912	959	(611)	12 828
Autres passifs	1 608	4 885	2 164	1 252	2 338	1 677	43 021 ^(d)	56 945
Total passif et capitaux propres	1 778	10 651	2 680	2 369	7 250	2 636	78 654	106 017
Investissements d'exploitation ^(e)	(320)	(827)	(280)	(210)	(410)	(431)	-	(2 478)

Premier semestre 2020

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	1 976	7 972	1 931	1 290	4 828	396	-	18 393
Ventes intra-Groupe	9	17	373	29	16	8	(452)	-
Total des ventes	1 985	7 989	2 304	1 319	4 844	404	(452)	18 393
Résultat opérationnel courant	551	1 769	(30)	(17)	(308)	(321)	25	1 669
Autres produits et charges opérationnels	(1)	5	(7)	-	(90)	(61)	-	(154)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(98)	(905)	(216)	(215)	(718)	(353)	47	(2 458)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	<i>(17)</i>	<i>(506)</i>	<i>(71)</i>	<i>(109)</i>	<i>(367)</i>	<i>(270)</i>	<i>47</i>	<i>(1 295)</i>
<i>Autres</i>	<i>(82)</i>	<i>(398)</i>	<i>(145)</i>	<i>(106)</i>	<i>(351)</i>	<i>(83)</i>	<i>-</i>	<i>(1 164)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	7 144	7 568	2 130	5 742	3 362	2 325	-	28 271
Droits d'utilisation	172	5 702	524	1 233	5 274	907	(583)	13 229
Immobilisations corporelles	3 192	3 633	741	599	1 850	7 882	(7)	17 891
Stocks et en-cours	5 971	2 895	945	1 933	2 635	43	(344)	14 078
Autres actifs opérationnels	1 020	1 634	1 174	658	739	1 553	20 705 ^(c)	27 483
Total actif	17 499	21 432	5 514	10 165	13 860	12 710	19 771	100 951
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	34 860	34 860
Dettes locatives	180	5 700	529	1 191	5 491	979	(573)	13 496
Autres passifs	1 259	4 040	2 249	1 118	2 150	3 504	38 275 ^(d)	52 595
Total passif et capitaux propres	1 439	9 740	2 778	2 309	7 641	4 483	72 562	100 951
Investissements d'exploitation ^(e)	(155)	(534)	(137)	(110)	(241)	(239)	1	(1 414)

(a) Les éliminations portent sur les ventes entre groupes d'activités; il s'agit le plus souvent de ventes des groupes d'activités hors Distribution sélective à ce dernier. Les prix de cession entre les groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes à des grossistes ou à des détaillants hors Groupe.

(b) Les immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(c) Les actifs non affectés incluent les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt courant et différé.

(d) Les passifs non affectés incluent les dettes financières, les dettes d'impôt courant et différé ainsi que les dettes relatives aux engagements d'achat de titres de minoritaires.

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

24.2 Informations par zone géographique

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
France	1 542	3 333	1 419
Europe (hors France)	3 978	7 337	2 924
États-Unis	7 248	10 647	4 477
Japon	1 883	3 164	1 275
Asie (hors Japon)	10 935	15 366	6 277
Autres pays	3 079	4 804	2 021
Ventes	28 665	44 651	18 393

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
France	495	1 002	579
Europe (hors France)	167	444	297
États-Unis	252	336	175
Japon	39	134	102
Asie (hors Japon)	167	342	179
Autres pays	71	220	82
Investissements d'exploitation	1 191	2 478	1 414

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.

24.3 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	1 510	6 738	1 550	1 883	2 337	215	(274)	13 959
Deuxième trimestre	1 195	7 125	1 475	2 140	2 748	280	(257)	14 706
Total premier semestre 2021	2 705	13 863	3 025	4 023	5 085	496	(532)	28 665
Premier trimestre	1 175	4 643	1 382	792	2 626	251	(273)	10 596
Deuxième trimestre	810	3 346	922	527	2 218	153	(179)	7 797
Total premier semestre 2020	1 985	7 989	2 304	1 319	4 844	404	(452)	18 393
Premier trimestre	1 364	5 945	1 370	947	2 332	232	(235)	11 955
Deuxième trimestre	1 406	7 273	1 574	1 090	2 979	232	(251)	14 303
Total deuxième semestre 2020	2 770	13 218	2 944	2 037	5 311	464	(486)	26 258
Total 2020	4 755	21 207	5 248	3 356	10 155	868	(938)	44 651

Note 25. Autres produits et charges opérationnels

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Résultat de cessions	(14)	(22)	-
Réorganisations	-	(6)	-
Réévaluation de titres acquis antérieurement à leur première consolidation	-	-	-
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(9)	(35)	(11)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(11)	(235)	(114)
Autres, net	-	(35)	(29)
Autres produits et charges opérationnels	(34)	(333)	(154)

Les dépréciations ou amortissements enregistrés portent essentiellement sur des marques et écarts d'acquisition. En 2021 comme en 2020, les frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées sont essentiellement relatifs à l'acquisition de Tiffany.

Note 26. Résultat financier

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Coût de la dette financière brute	(8)	(88)	(69)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	13	46	19
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	4	4	2
Coût de la dette financière nette	10	(38)	(47)
Intérêts sur dettes locatives	(140)	(281)	(149)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	2	12	1
Coûts des dérivés de change	(98)	(262)	(116)
Effets des réévaluations des investissements et placements financiers	235	(4)	(136)
Autres, nets	(22)	(38)	(18)
Autres produits et charges financiers	117	(292)	(268)
Résultat financier	(13)	(611)	(464)

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Revenus de la trésorerie et équivalents	12	38	17
Revenus des placements financiers	1	8	2
Produits de la trésorerie et des placements financiers	13	46	19

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux proviennent des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Dettes financières couvertes	44	(39)	(46)
Dérivés de couverture	(42)	40	46
Dérivés non affectés	1	3	3
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	4	4	2

Le coût des dérivés de change s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Coûts des dérivés de change commerciaux	(97)	(234)	(101)
Coûts des dérivés de change relatifs aux actifs nets en devises	3	(20)	(9)
Coûts et autres éléments relatifs aux autres dérivés de change	(4)	(8)	(6)
Coûts des dérivés de change	(98)	(262)	(116)

Note 27. Impôts sur les résultats

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(2 023)	(2 385)	(518)
Impôts sur les éléments comptabilisés en capitaux propres	85	(122)	(11)

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

(en millions d'euros)	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Résultat avant impôt	7 576	7 355	1 050
Charge totale d'impôt	(2 023)	(2 385)	(518)
Taux d'imposition effectif	26,7 %	32,4 %	49,4 %

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

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 26,7 %, en baisse de 23 points par rapport au premier semestre 2020. Au 30 juin 2019, il était de 28,8 %.

Au 30 juin 2020, le taux effectif d'imposition, soit 49,4 %, résultait de la situation particulière liée à la pandémie de Covid-19, avec une stabilité des charges comptables ne donnant pas lieu à déduction pour le calcul de l'impôt sur le résultat tandis que les résultats de l'activité étaient en forte diminution.

Note 28. Résultat par action

	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	2 164	1 933	202
Impact des instruments dilutifs sur les filiales (en millions d'euros)	(2)	(2)	-
Résultat net, part du groupe dilué (en millions d'euros)	2 162	1 931	202
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	180 507 516	180 507 516	180 507 516
Nombre moyen d'actions Christian Dior auto-détenues sur la période	(96 936)	(96 936)	(96 936)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	180 410 580	180 410 580	180 410 580
Résultat net, part du groupe par action (en euros)	11,99	10,72	1,12
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	180 410 580	180 410 580	180 410 580
Effet de dilution des plans d'actions gratuites et de performance	-	-	-
Nombre moyen d'actions pris en compte dans le calcul après effets dilutifs	180 410 580	180 410 580	180 410 580
Résultat net, part du groupe par action après dilution (en euros)	11,98	10,70	1,12

Note 29. Engagements de retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Aucun événement significatif concernant les engagements de retraites et assimilés n'est survenu au cours de la période, hormis l'effet de l'intégration de Tiffany, soit un engagement

net comptabilisé complémentaire de 287 millions d'euros au titre des régimes de retraites à prestations définies en vigueur aux États-Unis.

Note 30. Engagements hors bilan

Hormis l'effet du règlement du prix d'acquisition de Tiffany (voir Note 2), inclus dans les engagements d'achat de titres au 31 décembre 2020 pour un montant de 16,1 milliards de dollars US, et de l'inscription au bilan de certains engagements relatifs

aux contrats de location – voir Note 7.5 de l'annexe aux comptes consolidés 2020 –, les engagements hors bilan n'ont pas évolué de manière significative au cours du premier semestre 2021.

Note 31. Faits exceptionnels et litiges

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

Note 32. Parties liées

Aucune transaction significative avec des parties liées n'est intervenue au cours du premier semestre.

Note 33. Événements postérieurs à la clôture

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 30 juin 2021 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 26 juillet 2021.

Christian Dior

30, avenue Montaigne - Paris 8^e