

Performance record de LVMH au 1^{er} semestre

Paris, le 26 juillet 2021

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de haute qualité, réalise au premier semestre 2021 des ventes de 28,7 milliards d'euros, en hausse de 56 % par rapport à la même période de 2020. La croissance organique des ventes s'établit à 53 % par rapport à 2020 et à 11 % comparée à 2019, reflétant une accélération de la croissance au second trimestre qui s'établit à 14 % après un premier trimestre en hausse de 8 %.

Le semestre marque un retour à une forte dynamique de croissance après une année 2020 fortement perturbée par la pandémie mondiale. L'activité Mode et Maroquinerie, la plus importante du Groupe, avec une croissance organique de 81% par rapport à 2020, et de 38% par rapport à 2019, atteint des niveaux records de ventes. Les Etats-Unis et l'Asie sont en forte hausse depuis le début de l'année tandis que l'Europe connaît une reprise progressive.

Le résultat opérationnel courant du premier semestre 2021 s'établit à 7 632 millions d'euros, en croissance de 44 % par rapport au premier semestre 2019 et plus de 4 fois supérieur à celui de 2020. La marge opérationnelle courante ressort à 26,6 %, en hausse de 5,5 points par rapport à 2019. Le résultat opérationnel de l'activité Mode et Maroquinerie s'établit à 5 660 millions d'euros soit plus de 3 fois le chiffre de 2020, et en hausse de 74% par rapport à 2019. Le résultat net part du Groupe s'élève pour sa part à 5 289 millions d'euros, en hausse de 62 % par rapport à 2019 et 10 fois supérieur à 2020. Le cash-flow d'exploitation dépasse 5 milliards d'euros, soit plus de 3 fois celui de 2019.

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « LVMH réalise un excellent semestre et tire profit du maintien pendant la crise sanitaire d'une politique soutenue d'innovation et d'investissements en dépit de la crise mondiale. La créativité, la haute qualité et la durabilité de nos produits, le sens des responsabilités qui nous animent, ont été des atouts majeurs pour tenir bon face à la pandémie ; ils resteront des engagements forts à long terme pour l'ensemble de nos Maisons, gage de leur désirabilité. Le semestre est marqué par l'intégration de la Maison Tiffany et l'inauguration de La Samaritaine après un programme ambitieux de rénovation. Dans le contexte actuel de sortie de la crise sanitaire et de reprise de l'économie mondiale, j'estime que LVMH est en excellente position pour poursuivre sa croissance et renforcer encore en 2021 son avance sur le marché mondial du luxe. La croissance de LVMH bénéficie aujourd'hui, et bénéficiera encore davantage dans l'avenir, à la France, premier bassin d'emploi, principal pays d'origine de nos produits, auquel nos Maisons sont fières d'apporter leur contribution. »

Le premier semestre 2021 a été marqué par :

- Un excellent début d'année, en particulier pour les plus grandes marques, dans un environnement marqué par le début de sortie de la crise sanitaire et encore par l'absence de reprise des voyages internationaux,
- Une performance remarquable de l'activité Mode et Maroquinerie, en particulier de Louis Vuitton, de Christian Dior, de Fendi, de Loewe et de Celine qui gagnent partout des parts de marché et atteignent des niveaux records de ventes et de rentabilité,
- Une croissance soutenue des ventes en Asie et aux Etats-Unis et une reprise progressive de l'Europe,
- Le bon déroulement de l'intégration au sein du Groupe de Tiffany, qui réalise une excellente performance depuis sa reprise en main,
- Une forte progression des ventes directes au client, tant en boutique qu'à distance,
- Des activités de « travel retail » et hôtelières encore pénalisées par la reprise limitée des voyages internationaux,
- Un cash-flow d'exploitation remarquable.

Chiffres clés

<i>En millions d'euros</i>	1^{er} semestre 2020	1^{er} semestre 2021	Variation 2021/2020	Variation 2021/2019
Ventes	18 393	28 665	+ 56 %	+ 14 %
Résultat opérationnel courant	1 671	7 632	x 4,6	+ 44 %
Résultat net (part du Groupe)	522	5 289	x 10,1	+ 62 %
Cash flow disponible d'exploitation	(1 721)	5 288	-	x 3,1
Dette financière nette	8 230	15 265	x 1,9	x 1,8
Capitaux propres	37 532	42 624	+ 14 %	+ 21 %

Par groupe d'activités, l'évolution des **ventes** est la suivante :

<i>En millions d'euros</i>	1^{er} semestre 2020	1^{er} semestre 2021	Variation 1^{er} semestre 2021/2020		Variation 1^{er} semestre 2021/2019 Organique
			Publiée	Organique*	
Vins & Spiritueux	1 985	2 705	+ 36 %	+ 44 %	+ 12 %
Mode & Maroquinerie	7 989	13 863	+ 74 %	+ 81 %	+ 38 %
Parfums & Cosmétiques	2 304	3 025	+ 31 %	+ 37 %	- 3 %
Montres & Joaillerie	1 319	4 023	x 3,1	+ 71 %	+ 5 %
Distribution sélective	4 844	5 085	+ 5 %	+ 12 %	- 25 %
Autres activités et éliminations	(48)	(36)	-	-	-
Total LVMH	18 393	28 665	+ 56 %	+ 53 %	+ 11 %

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport au premier semestre 2020 est de +10 % lié entièrement à la consolidation pour la première fois dans les comptes de Tiffany & Co et l'effet de change est de - 7 %.

Par groupe d'activités, le **résultat opérationnel courant** a évolué comme suit :

<i>En millions d'euros</i>	1^{er} semestre 2020	1^{er} semestre 2021	Variation 2021/2020	Variation 2021/2019
Vins et Spiritueux	551	924	+ 68 %	+ 20 %
Mode et Maroquinerie	1 769	5 660	x 3,2	+ 74 %
Parfums et Cosmétiques	(30)	393	-	+ 1 %
Montres et Joaillerie	(17)	794*	-	x 2,2
Distribution sélective	(308)	131	-	- 82 %
Autres activités et éliminations	(294)	(270)	-	-
Total LVMH	1 671	7 632	x 4,6	+ 44 %

* périmètre non comparable.

Vins et Spiritueux : demande soutenue aux Etats-Unis et fort rebond en Chine

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une croissance organique de 44 % de ses ventes au premier semestre 2021 par rapport à la même période de 2020 et de 12 % par rapport à celle de 2019. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 20 % par rapport au premier semestre 2019. Les volumes de champagne sont en augmentation de 10 % par rapport au premier semestre 2019, portés par la bonne dynamique observée en Europe et aux Etats-Unis. Le cognac Hennessy voit ses volumes progresser de 6 % par rapport à 2019, limités par les contraintes d'approvisionnements. La Chine, qui est le premier marché à avoir été touché par la pandémie début 2020, connaît un fort rebond sur le semestre. La demande aux Etats-Unis reste soutenue. LVMH a pris une participation de 50 % du capital de la Maison de champagne Armand de Brignac.

Mode et Maroquinerie : performances remarquables de Louis Vuitton, de Christian Dior, de Fendi, de Loewe et de Celine.

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de 81 % de ses ventes au premier semestre 2021 par rapport à la même période de 2020. La croissance organique des ventes est de 38 % par rapport au premier semestre 2019. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 74 % par rapport au premier semestre 2019 et représente plus de 3 fois celui de 2020. Louis Vuitton, toujours porté par sa créativité et ses produits d'excellence artisanale, accomplit une performance remarquable et maintient sa rentabilité à un niveau exceptionnel. La désirabilité de ses modèles iconiques est telle qu'ils sont, pour la plupart, en liste d'attente. Dans ses boutiques ou à travers ses nombreuses initiatives originales, la Maison continue d'offrir à ses clients une expérience unique. Christian Dior réalise un excellent semestre avec une forte croissance auprès des clientèles locales pour toutes ses catégories de produits. Plusieurs innovations ont été dévoilées durant le semestre. Celine remporte un très grand succès avec le prêt-à-porter et les lignes de maroquinerie créés par Hedi Slimane. Loewe continue de surprendre avec ses concepts digitaux innovants dédiés aux nouvelles collections créées par J.W. Anderson. Fendi a présenté une capsule de prêt-à-porter de Kim Jones, dont les premières collections débutent en juillet. Marc Jacobs réalise une très bonne performance.

Parfums et Cosmétiques : avancées rapides des ventes directes et sélectivité maintenue de la distribution

L'activité **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 37 % de ses ventes au premier semestre 2021 par rapport à la même période de 2020. Les ventes sont en recul de 3 % à périmètre et devises comparables par rapport au premier semestre 2019. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 1 % par rapport au premier semestre 2019. En effet, nos grandes marques ont fait le choix de maintenir 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. Nos marques bénéficient de la progression continue des ventes en ligne, permettant de compenser en partie l'effet de l'arrêt des voyages internationaux et de la fermeture de nombreux points de vente. Parfums Christian Dior connaît une forte accélération de son activité auprès des clientèles locales, prolongeant la reprise amorcée fin 2020. Le succès continu en parfum des icônes *Sauvage*, *Miss Dior* et *J'Adore*, le déploiement du rouge à lèvres *Rouge Dior* et le développement rapide des soins *Prestige* et *Capture* contribuent à l'excellente performance de la Maison. Guerlain témoigne d'une dynamique très positive, portée par le soin grâce à la vitalité exceptionnelle d'*Abeille Royale* et d'*Orchidée Impériale*. Parfums Givenchy gagne des parts de marché grâce au succès du parfum *L'Interdit* et au relancement prometteur de la ligne *Irresistible*. Fresh affirme sa présence dans le soin ultra premium et Maison Francis Kurkdjian continue d'afficher une croissance remarquable.

Montres et Joaillerie : fort rebond dans les boutiques en propre et intégration de Tiffany

L'activité **Montres et Joaillerie** enregistre au premier semestre 2021 une croissance organique de 71 % de ses ventes par rapport à la même période de 2020 et de 5 % par rapport à celle de 2019 (hors Tiffany). Le résultat opérationnel courant est en hausse de 122 % par rapport au premier semestre 2019 et de 27 % hors effet de l'intégration de Tiffany. Le semestre marque l'intégration pour la première fois de la Maison iconique de joaillerie Tiffany, qui bénéficie de l'accent mis, par la nouvelle équipe, sur les produits iconiques. Honorant sa longue tradition d'expression de l'amour et de la diversité, la Maison a lancé avec succès sa première bague de fiançailles pour hommes, la *Charles Tiffany Setting*. Bvlgari connaît une bonne croissance en joaillerie, en particulier dans son réseau de boutiques en propre. La nouvelle collection de haute joaillerie *Magnifica* a été dévoilée en juin. Chaumet inaugure sa nouvelle exposition "Joséphine et Napoléon" à son adresse historique récemment restaurée du 12 place Vendôme. En horlogerie, TAG Heuer a signé un partenariat majeur avec Porsche et a lancé à cette occasion le chronographe *Carrera Porsche*. Montre officielle de l'Euro 2020, Hublot a bénéficié d'une forte visibilité durant le second trimestre.

Distribution sélective : bonne performance de Sephora ; DFS encore pénalisé par une reprise limitée des voyages internationaux

Dans la **Distribution sélective**, les ventes sont en hausse de 12 % à périmètre et devises comparables par rapport au premier semestre 2020 et en recul de 25 % par rapport au premier semestre 2019. Le résultat opérationnel courant redevient positif mais reste en recul de 82 % par rapport au premier semestre 2019. Sephora réalise une bonne performance dans un environnement commercial qui était pourtant pénalisé par des fermetures de boutiques dans plusieurs pays en Europe. Les ventes en ligne poursuivent leurs avancées partout dans le monde. Un partenariat stratégique a été signé avec Zalando, dont le lancement est prévu en Allemagne d'ici à la fin de l'année. DFS continue d'être pénalisé par l'absence de reprise des voyages internationaux vers la plupart des destinations. A l'issue d'une rénovation ambitieuse, fidèle à l'histoire de ce magasin emblématique et d'une haute exigence environnementale, la réouverture de La Samaritaine le 23 juin a connu un succès historique.

Perspectives 2021

Dans le contexte de sortie de la crise sanitaire, le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur le renforcement continu de la désirabilité de ses marques, en s'appuyant sur l'exceptionnelle qualité de ses produits et sur l'excellence de sa distribution.

Notre politique exigeante de qualité pour toutes nos réalisations, le dynamisme et la créativité incomparable de nos équipes nous permettront de renforcer encore en 2021 l'avance du Groupe LVMH sur le marché mondial du luxe.

Un acompte sur dividende de 3 Euros sera mis en paiement le jeudi 2 décembre 2021.

L'information réglementée liée à ce communiqué ainsi que la présentation des résultats semestriels et le rapport semestriel financier sont disponibles sur le site web www.lvmh.fr.

Procédures d'examen limité effectuées, rapport afférent émis à l'issue du Conseil d'administration.

ANNEXE

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2021 sont inclus dans la version PDF du communiqué.

LVMH – Répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre

Ventes 2021 (en millions d'euros)

Année 2021	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 510	6 738	1 550	1 883	2 337	(59)	13 959
Deuxième trimestre	1 195	7 125	1 475	2 140	2 748	23	14 706
Premier semestre	2 705	13 863	3 025	4 023	5 085	(36)	28 665

Ventes 2021 (croissance organique par rapport à la même période de 2020)

Année 2021	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	+ 36 %	+ 52 %	+ 18 %	+ 35 %	- 5 %	-	+ 30 %
Deuxième trimestre	+ 55 %	x 2,2	+ 67 %	x 2,2	+ 31 %	-	+ 84 %
Premier semestre	+ 44 %	+ 81 %	+ 37 %	+ 71 %	+ 12 %	-	+ 53 %

Ventes 2021 (croissance organique par rapport à la même période de 2019)

Année 2021	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	+ 17 %	+ 37 %	- 4 %	+ 1 %	- 30 %	-	+ 8 %
Deuxième trimestre	+ 7 %	+ 40 %	- 1 %	+ 9 %	- 19 %	-	+ 14 %
Premier semestre	+ 12 %	+ 38 %	- 3 %	+ 5 %	- 25 %	-	+ 11 %

Ventes 2020 (en millions d'euros)

Année 2020	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 175	4 643	1 382	792	2 626	(22)	10 596
Deuxième trimestre	810	3 346	922	527	2 218	(26)	7 797
Premier semestre	1 985	7 989	2 304	1 319	4 844	(48)	18 393

Ventes 2019 (en millions d'euros)

Année 2019	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 349	5 111	1 687	1 046	3 510	(165)	12 538
Deuxième trimestre	1 137	5 314	1 549	1 089	3 588	(133)	12 544
Premier semestre	2 486	10 425	3 236	2 135	7 098	(298)	25 082

Indicateurs alternatifs de performance

Pour les besoins de sa communication financière, en complément des agrégats comptables définis par les normes IAS/IFRS, LVMH utilise des indicateurs alternatifs de performance établis conformément à la position de l'AMF DOC-2015-12.

Le tableau ci-dessous recense ces indicateurs et le renvoi à leur définition ainsi qu'à leur rapprochement avec les agrégats définis par les normes IAS/IFRS, dans les documents publiés.

Indicateurs	Renvoi aux documents publiés
Cash-flow disponible d'exploitation	DEU (comptes consolidés, tableau de variation de la trésorerie consolidée)
Dette financière nette	DEU (notes 1.22 et 19 de l'annexe aux comptes consolidés)
Gearing	DEU (partie 2, Commentaires sur le bilan consolidé)
Croissance organique	DEU (partie 1, Commentaires sur le compte de résultat consolidé)

LVMH - ANNEXE

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans le Rapport financier semestriel 2021, disponible sur le site Internet www.lvmh.fr

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		(9 109)	(15 871)	(7 002)
Marge brute		19 556	28 780	11 391
Charges commerciales		(9 804)	(16 792)	(8 000)
Charges administratives		(2 099)	(3 641)	(1 699)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	8	(21)	(42)	(21)
Résultat opérationnel courant	24	7 632	8 305	1 671
Autres produits et charges opérationnels	25	(34)	(333)	(154)
Résultat opérationnel		7 598	7 972	1 517
Coût de la dette financière nette		11	(35)	(46)
Intérêts sur dettes locatives		(140)	(281)	(149)
Autres produits et charges financiers		117	(292)	(267)
Résultat financier	26	(12)	(608)	(462)
Impôts sur les bénéfices	27	(2 010)	(2 409)	(511)
Résultat net avant part des minoritaires		5 576	4 955	544
Part des minoritaires	18	(287)	(253)	(22)
Résultat net, part du Groupe		5 289	4 702	522
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	28	10,50	9,33	1,04
Nombre d'actions retenu pour le calcul		503 791 062	503 679 272	503 625 126
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	28	10,49	9,32	1,04
Nombre d'actions retenu pour le calcul		504 030 160	504 210 133	504 357 270

LVMH - ANNEXE

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans le Rapport financier semestriel 2021, disponible sur le site Internet www.lvmh.fr

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		5 576	4 955	544
Variation du montant des écarts de conversion		690	(1 650)	(150)
Montants transférés en résultat		-	(11)	-
Effets d'impôt		1	(10)	4
	16.5, 18	691	(1 671)	(145)
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	(1 819)	(138)
Variation de valeur des terres à vignes	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
Résultat global		6 542	3 122	411
Part des minoritaires		(313)	(162)	(30)
Résultat global, part du Groupe		6 229	2 960	381

LVMH - ANNEXE

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans le Rapport financier semestriel 2021, disponible sur le site Internet www.lvmh.fr

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	17 214	17 012	17 189
Ecart d'acquisition	4	29 928	16 042	13 486
Immobilisations corporelles	6	19 197	18 224	18 543
Droits d'utilisation	7	13 998	12 521	13 236
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		85 972	68 698	67 562
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		357	392	1 038
Autres actifs courants	13	4 022	3 846	4 161
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	7 231	19 963	14 426
Actifs courants		30 614	39 973	36 081
Total de l'actif		116 586	108 671	103 643
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capitaux propres, part du Groupe	16.1	41 183	37 412	35 811
Intérêts minoritaires	18	1 441	1 417	1 721
Capitaux propres		42 624	38 829	37 532
Dette financière à plus d'un an	19	11 937	14 065	14 842
Dettes locatives à plus d'un an	7	12 045	10 665	11 159
Provisions et autres passifs non courants	20	3 573	3 322	3 253
Impôts différés		5 491	5 481	5 452
Engagements d'achats de titres de minoritaires	21	12 987	10 991	8 197
Passifs non courants		46 033	44 524	42 903
Dette financière à moins d'un an	19	12 109	10 638	8 655
Dettes locatives à moins d'un an	7	2 440	2 163	2 337
Fournisseurs et comptes rattachés	22.1	5 662	5 098	4 200
Impôts sur les résultats		981	721	566
Provisions et autres passifs courants	22.2	6 737	6 698	7 450
Passifs courants		27 929	25 318	23 208
Total du passif et des capitaux propres		116 586	108 671	103 643

LVMH - ANNEXE

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans le Rapport financier semestriel 2021, disponible sur le site Internet www.lvmh.fr

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH	Ecart de conversion	Écart de réévaluation				Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investissements et placements financiers	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vignes	Engagements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		16.2	16.2	16.3	16.5							18	
Au 31 déc. 2019	505 431 285	152	2 319	(403)	862	-	(107)	1 139	(220)	32 844	36 586	1 779	38 365
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(1 554)	-	(176)	-	(11)		(1 742)	(91)	(1 833)
Résultat								-	-	4 702	4 702	253	4 955
Résultat global		-	-	-	(1 554)	-	(176)	-	(11)	4 702	2 960	162	3 122
Charges liées aux plans d'options (Acquisitions) / cessions d'actions LVMH				49						60	60	3	63
Levées d'options de souscription d'actions LVMH										(42)	7	-	7
Annulation d'actions LVMH	(673 946)		(94)	94							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	54	54
Dividendes et acomptes versés										(2 317)	(2 317)	(376)	(2 693)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées										(30)	(30)	7	(23)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(49)	(49)	8	(41)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										193	193	(220)	(27)
Au 31 déc. 2020	504 757 339	152	2 225	(260)	(692)	-	(283)	1 139	(231)	35 363	37 412	1 417	38 829
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					647	-	218	-	75		940	26	966
Résultat net										5 289	5 289	287	5 576
Résultat global		-	-	-	647	-	218	-	75	5 289	6 229	313	6 542
Charges liées aux plans d'actions gratuites (Acquisitions) / cessions d'actions LVMH				(233)						70	70	3	73
Levées d'options de souscription d'actions LVMH										(94)	(327)	-	(327)
Annulation d'actions LVMH											-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	11	11
Dividendes et acomptes versés										(2 016)	(2 016)	(361)	(2 377)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées										20	20	34	54
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(199)	(199)	(126)	(325)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(6)	(6)	150	144
Au 30 juin 2021	504 757 339	152	2 225	(493)	(45)	-	(64)	1 139	(157)	38 427	41 183	1 441	42 624
Au 31 déc. 2019	505 431 285	152	2 319	(403)	862	-	(107)	1 139	(220)	32 844	36 586	1 779	38 365
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(149)	-	5	-	3		(141)	8	(133)
Résultat										522	522	22	544
Résultat global		-	-	-	(149)	-	5	-	3	522	381	30	411
Charges liées aux plans d'options (Acquisitions) / cessions d'actions LVMH				(10)						37	37	2	39
Levées d'options de souscription d'actions LVMH										(2)	(13)	-	(13)
Annulation d'actions LVMH	(403 946)		(20)	20							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	28	28
Dividendes et acomptes versés										(1 310)	(1 310)	(15)	(1 325)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées										-	-	(2)	(2)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(17)	(17)	7	(10)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										146	146	(108)	38
Au 30 juin 2020	505 027 339	152	2 299	(394)	713	-	(102)	1 140	(217)	32 220	35 811	1 721	37 532

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRESORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		7 598	7 972	1 517
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	8	26	64	25
Dotations nettes aux amortissements et provisions		1 386	3 478	1 636
Amortissement des droits d'utilisation	7.1	1 358	2 572	1 294
Autres retraitements et charges calculées		(199)	(89)	(51)
Capacité d'autofinancement		10 169	13 997	4 421
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		40	(58)	(42)
Dettes locatives : intérêts payés		(132)	(290)	(142)
Impôt payé		(1 590)	(2 385)	(1 382)
Variation du besoin en fonds de roulement	15.2	(765)	(367)	(2 005)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		7 722	10 897	850
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	(2 436)	(2 799)	(46)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires		(76)	(67)	(36)
Autres opérations en capital	15.4	(362)	27	1
Emissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	19	167	17 499	13 543
Remboursements d'emprunts et dettes financières	19	(2 204)	(5 024)	(2 712)
Remboursements des 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		(6 759)	7 403	9 405
IV. INCIDENCE DES ECARTS DE CONVERSION		115	(1 052)	31
VARIATION NETTE DE LA TRESORERIE (I+II+III+IV)		(12 891)	14 309	8 795
TRESORERIE NETTE A L'OUVERTURE	15.1	19 806	5 497	5 497
TRESORERIE NETTE A LA CLOTURE	15.1	6 915	19 806	14 292
TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ		(1 658)	(2 501)	(1 422)

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	7 722	10 897	850
Investissements d'exploitation	(1 191)	(2 478)	(1 414)
Remboursements des dettes locatives	(1 243)	(2 302)	(1 157)
Cash flow disponible d'exploitation ^(a)	5 288	6 117	(1 721)

(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.

LVMH

LVMH

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton est présent dans les Vins & Spiritueux au travers notamment des Maisons Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot Ponsardin, Krug, Ruinart, Mercier, Château d'Yquem, Domaine du Clos des Lambrays, Château Cheval Blanc, Colgin Cellars, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Belvedere, Woodinville, Volcán de Mi Tierra, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton, Bodega Numanthia, Ao Yun, Château d'Esclans et Château du Galoupet. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Loro Piana, RIMOWA, Patou. LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Parfums Loewe, Benefit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fresh, Fenty Beauty by Rihanna et Maison Francis Kurkdjian. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bvlgari, Tiffany & Co, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, Zenith, Fred et Hublot. LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, La Samaritaine, Groupe Les Echos, Cova, Le Jardin d'Acclimatation, Royal Van Lent, Belmond et les hôtels Cheval Blanc.

“ Ce communiqué contient des éléments à caractère prévisionnel qui traduisent des appréciations et des projections. Par nature, ces éléments sont soumis à divers et importants facteurs de risque, incertitudes et aléas, en particulier ceux décrits dans le Document d'enregistrement universel établi par la Société et accessible sur son site internet (www.lvmh.fr). Ils ne doivent donc pas être considérés comme une garantie de performance future, les résultats effectifs pouvant différer significativement de ceux présentés ou implicitement inclus dans ces données prévisionnelles. Celles-ci reflètent les perspectives de la Société à la date des présentes, étant précisé que LVMH ne s'engage en aucune manière à réviser ou mettre à jour ces projections. Ces dernières doivent être utilisées avec prudence et circonspection et la responsabilité de la Société et de ses Dirigeants ne pourra être engagée à cet égard sur quelque fondement que ce soit. Ce communiqué ne constitue pas une invitation à acheter ou à vendre des actions LVMH ou plus généralement à intervenir sur le titre LVMH. ”

CONTACTS LVMH

Analystes et investisseurs Chris Hollis LVMH + 33 1 44 13 21 22	Média Jean-Charles Tréhan LVMH + 33 1 44 13 26 20
---	---

CONTACTS MÉDIA

France Aymeric Granet Brune Diricq / Charlotte Mariné Publicis Consultants + 33 1 44 82 47 20	France Michel Calzaroni / Olivier Labesse / Hugues Schmitt / Thomas Roborel de Climens DGM Conseil + 33 1 40 70 11 89
Italie Michele Calcaterra, Matteo Steinbach SEC and Partners + 39 02 6249991	Royaume-Uni Hugh Morrison, Charlotte McMullen Montfort Communications + 44 7921 881 800
Etats-Unis Nik Deogun / Blake Sonnenshein Brunswick Group + 1 212 333 3810	Chine Daniel Jeffreys Deluxewords +44 772 212 6562 +86 21 80 36 04 48