



FINANCIERE AGACHE

Rapport financier annuel 2019

Sommaire

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache	3
1. Modèle économique de Financière Agache	3
2. Présentation des activités, faits marquants et perspectives	7
3. Commentaires sur les résultats et la situation financière consolidés	27
4. Éthique et responsabilité	43
5. Environnement et durabilité	69
6. Talents et attractivité	87
7. Solidarité et mécénat	101
8. Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne	107
Rapport de gestion du Conseil d'administration – Société Financière Agache	123
1. Résultat de la société Financière Agache	124
2. Renseignements concernant le capital de la Société	125
3. Décisions à prendre	126
Rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise	127
1. Liste des mandats ou fonctions exercés dans toutes sociétés par les mandataires sociaux	128
2. Récapitulatif des délégations et autorisations financières en cours et de leur utilisation	130
3. Information sur les conventions visées à l'article L. 225-37-4 2° du Code de commerce	131
Comptes consolidés	133
1. Compte de résultat consolidé	134
2. État global des gains et pertes consolidés	135
3. Bilan consolidé	136
4. Tableau de variation des capitaux propres consolidés	137
5. Tableau de variation de la trésorerie consolidée	138
6. Annexe aux comptes consolidés	140
7. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	209
Comptes annuels de la société Financière Agache	215
1. Compte de résultat	216
2. Bilan	218
3. Annexe aux comptes annuels	219
4. Résultats et autres éléments significatifs de la Société au cours des cinq derniers exercices	229
5. Rapports des Commissaires aux comptes	230
Déclaration du Responsable du Rapport financier annuel	235

Organes de direction et de contrôle au 31 décembre 2019

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Florian OLLIVIER
Président-directeur général

Nicolas BAZIRE
Directeur général délégué
Représentant de Groupe Arnault SEDCS^(a)

Pierre DE ANDREA
Représentant de Invry SAS

Pierre DEHEN
Représentant de GA Placements SA^(a)

Lord POWELL of BAYSWATER

COMMISSAIRES AUX COMPTES

ERNST & YOUNG et Autres
représenté par Gilles Cohen

MAZARS
représenté par Loïc Wallaert et Guillaume Machin

(a) Renouvellement proposé à l'Assemblée générale du 4 juin 2020.

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

1. MODÈLE ÉCONOMIQUE DE FINANCIÈRE AGACHE

1.	Présentation des secteurs d'activités	6
2.	Valeurs du Groupe	7
3.	Modèle opérationnel	7



Le groupe Financière Agache développe ses Maisons dans une perspective à long terme, dans le respect de leur force et de leur singularité mais aussi selon des valeurs et un modèle communs.

1. Présentation des secteurs d'activités

Au travers de ses Maisons, le groupe Financière Agache est le seul acteur simultanément présent dans les secteurs du luxe suivants :

Vins et Spiritueux : situées en Champagne, dans le Bordelais ou dans les régions viticoles les plus renommées, les Maisons du Groupe, souvent séculaires, cultivent un caractère unique et partagent une forte culture de l'excellence. Les activités du Groupe dans les Vins et Spiritueux se répartissent entre la branche Champagne et Vins et la branche Cognac et Spiritueux. S'appuyant sur un réseau de distribution international agile et puissant, ce groupe d'activités axe son développement sur les segments haut de gamme du marché. Numéro mondial du cognac avec Hennessy et du champagne avec le premier portefeuille de marques rassemblant des gammes complémentaires, le groupe Financière Agache détient également une activité de vins pétillants et tranquilles haut de gamme implantée à travers le monde.

Mode et Maroquinerie : le Groupe réunit à la fois des Maisons à l'héritage unique et des marques plus récentes à fort potentiel. Maisons de haute couture ou de mode de luxe, les Maisons du groupe Financière Agache fondent leur réussite sur la qualité, l'authenticité et l'originalité de leurs créations, portées par des créateurs au talent reconnu. Les Maisons du Groupe se concentrent sur la créativité de leurs collections, le développement de produits iconiques et intemporels, l'excellence de leur distribution et le renforcement de leur présence en ligne, tout en préservant leur identité.

Parfums et Cosmétiques : acteur majeur du secteur des parfums, du maquillage et des soins, le groupe Financière Agache regroupe des Maisons mondialement établies et des jeunes marques à l'avenir prometteur. L'activité Parfums et Cosmétiques bénéficie d'une dynamique exceptionnelle qui repose aussi bien sur la pérennisation et le développement de lignes phares que sur l'audace de nouvelles créations. Les Maisons entretiennent

ce qui fait leur singularité, gage de différenciation pour leurs adeptes sur un marché mondial très concurrentiel. Toutes sont animées par les mêmes valeurs : quête d'excellence, créativité, innovation et parfaite maîtrise de leur image.

Montres et Joaillerie : au sein de ce groupe d'activités le plus récemment mis en place, les Maisons du groupe Financière Agache opèrent dans l'horlogerie haut de gamme, la joaillerie et la haute joaillerie. Le Groupe rassemble des marques aux positionnements complémentaires, parmi les plus dynamiques du marché. Fortes d'un savoir-faire parfaitement maîtrisé, ces Maisons déploient créativité et innovation pour surprendre leurs clients à travers le monde et répondre à leurs désirs.

Distribution sélective : les enseignes de distribution sélective du Groupe poursuivent un seul et même objectif : transformer le shopping en une expérience unique. Architecture d'intérieur élégante, sélection pointue de produits et services haut de gamme avec une personnalisation de la relation : les clients sont au cœur de leurs attentions au quotidien. Opérant aux quatre coins du monde, les Maisons sont présentes à travers deux concepts, la distribution sélective et la vente de produits de luxe à la clientèle des voyageurs internationaux (travel retail).

Autres activités : les Maisons de ce groupe d'activités ont en commun d'être les ambassadeurs de la culture et d'un certain art de vivre cher au groupe Financière Agache. Cette approche est notamment partagée par le groupe Les Echos qui, outre *Les Echos* – premier quotidien économique français – réunit plusieurs titres de la presse économique et culturelle, le chantier naval Royal Van Lent – qui construit et commercialise des yachts sur-mesure sous la prestigieuse bannière Feadship, Belmond – qui dispose d'un large portefeuille d'hôtels, trains, croisières et safaris, conciliant héritage, savoir-faire, authenticité et sens du service, et les hôtels d'exception Cheval Blanc qui opèrent à travers le monde.

2. Valeurs du Groupe

Leviers d'excellence, trois valeurs fondamentales sont les piliers de la performance et de la pérennité du groupe Financière Agache. Partagées par tous les acteurs du Groupe, elles inspirent et guident leurs actions. Elles constituent l'une des clefs de la réussite des Maisons, de leur ancrage dans l'air du temps et dans la société qui les entoure :

Être créatifs et innovants : la créativité et l'innovation sont inscrites dans les gènes du Groupe et ont, au fil du temps, assuré le succès des Maisons et assis leur légitimité. Socle des Maisons qui composent le Groupe, ce tandem créativité-innovation est au cœur d'une délicate équation : renouveler l'offre proposée par les Maisons et être résolument tournés vers l'avenir, tout en s'inscrivant dans le respect de leur patrimoine.

Offrir l'excellence : au sein du Groupe, aucun compromis n'est possible sur la qualité. Parce que les Maisons incarnent l'univers

de l'artisanat en ce qu'il a de plus noble et de plus abouti, une attention minutieuse est portée aux détails et à la perfection : du produit au service, c'est dans cette quête d'excellence que le Groupe cultive sa différence.

Cultiver l'esprit d'entreprise : agile, l'organisation décentralisée du Groupe favorise l'efficacité et la réactivité. Elle stimule les initiatives individuelles en confiant des responsabilités importantes à chacun. L'esprit d'entreprise promu par le Groupe facilite la prise de risque et encourage la persévérance ; il nécessite un esprit pragmatique et une capacité à mobiliser des équipes en les entraînant vers des objectifs ambitieux.

L'âme du groupe Financière Agache et de ses Maisons s'exprime dans tout ce qu'il entreprend. Chacune des actions du Groupe est riche de sens et porteuse de son engagement en faveur de l'environnement, la solidarité et la diversité.

3. Modèle opérationnel

Le modèle opérationnel du groupe Financière Agache repose sur les six piliers suivants :

Une organisation décentralisée : le mode de fonctionnement adopté garantit autonomie et forte réactivité aux Maisons. Cela leur permet d'être au plus près des clients, d'assurer une prise de décision rapide, efficace, juste et de motiver durablement les collaborateurs du Groupe en les incitant à exercer leur esprit entrepreneurial.

La croissance interne : le Groupe donne la priorité à la croissance interne et s'attache à tout mettre en œuvre pour développer ses Maisons et y encourager et protéger la créativité. Les collaborateurs sont clefs dans un tel modèle et les accompagner dans leur carrière, les inciter à toujours se dépasser est primordial.

L'intégration verticale : pour cultiver l'excellence d'amont en aval, l'intégration verticale permet de maîtriser tous les aspects de la chaîne de valeur, depuis les sources d'approvisionnement jusqu'à la distribution sélective, en passant par l'outil de fabrication. Cette maîtrise garantit le contrôle rigoureux de l'image des Maisons.

La mise en place de synergies : la mise en commun à l'échelle du Groupe de moyens pour créer des synergies intelligentes se fait dans le respect de l'identité et de l'autonomie des Maisons. La puissance mutualisée que représente Financière Agache en tant que Groupe doit pouvoir bénéficier à chacune d'entre elles.

La pérennisation des savoir-faire : les Maisons composant le groupe Financière Agache s'inscrivent dans un temps long. Pour préserver leur identité et leur excellence, le Groupe et ses Maisons ont mis en place de nombreux dispositifs de transmission de savoir-faire et de valorisation des métiers de l'artisanat et de la création auprès des jeunes générations.

Un équilibre des activités et des implantations géographiques : le Groupe s'est donné les moyens de progresser régulièrement grâce à l'équilibre entre ses activités et une présence répartie géographiquement. Cet équilibre permet au Groupe de mieux résister aux aléas de l'économie.

Ce modèle opérationnel unique est déterminant pour une réussite à long terme du Groupe qui conjugue croissance rentable, durabilité et engagement en faveur de l'excellence.



Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

2. PRÉSENTATION DES ACTIVITÉS, FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES

1. Vins et Spiritueux	8
1.1 Champagne et vins	8
1.2 Cognac et spiritueux	10
1.3 La distribution des Vins et Spiritueux	12
1.4 Faits marquants 2019 et perspectives 2020	12
2. Mode et Maroquinerie	13
2.1 Les marques du groupe Mode et Maroquinerie	13
2.2 Position concurrentielle	14
2.3 La création	14
2.4 La distribution	15
2.5 Sources d'approvisionnement et sous-traitance	15
2.6 Faits marquants 2019 et perspectives 2020	16
3. Parfums et Cosmétiques	18
3.1 Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques	18
3.2 Position concurrentielle	18
3.3 La recherche	19
3.4 Production, sources d'approvisionnement et sous-traitance	19
3.5 Distribution et communication	19
3.6 Faits marquants 2019 et perspectives 2020	20
4. Montres et Joaillerie	21
4.1 Les marques du groupe Montres et Joaillerie	21
4.2 Position concurrentielle	21
4.3 La distribution	22
4.4 Sources d'approvisionnement et sous-traitance	22
4.5 Faits marquants 2019 et perspectives 2020	22
5. Distribution sélective	24
5.1 L'activité « Travel Retail »	24
5.2 L'activité « Selective Retail »	24
5.3 Position concurrentielle	25
5.4 Faits marquants 2019 et perspectives 2020	25
6. Autres activités	26



1. Vins et Spiritueux

En 2019, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'élèvent à 5 576 millions d'euros et représentent 10 % des ventes totales du groupe Financière Agache. La part des champagnes et vins est de 45 %, celle des cognacs et spiritueux de 55 %.

1.1 CHAMPAGNE ET VINS

1.1.1 Les marques de champagne et vins

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

Moët & Chandon, fondée en 1743, premier vigneron, producteur et premier exportateur de la Champagne, est caractérisée par son héritage légendaire et son esprit pionnier. La Maison, forte de son solide ancrage dans la tradition avec sa cuvée emblématique *Moët Impérial* et ses déclinaisons en rosé et la collection *Grand Vintage*, se place résolument dans une dynamique d'innovation, illustrée notamment par le *Moët Ice Impérial*, le tout premier champagne conçu exclusivement pour être dégusté sur glace et dans de grands verres pour en révéler toute sa subtilité.

Dom Pérignon porte l'héritage de Dom Pierre Pérignon, moine bénédictin du XVII^e siècle dont l'ambition était de faire « le meilleur vin du monde ». Les champagnes Dom Pérignon ne peuvent être que millésimés. Le chef de Cave est le maître absolu du processus de vieillissement des vins, expression d'une véritable vision du vin et d'un grand travail sur son architecture. Le vin évolue par plateaux successifs, qui définissent autant de fenêtres d'expression, appelées Plénitudes. La première cuvée de Dom Pérignon a été élaborée par Moët & Chandon en 1936.

Veuve Clicquot, réputée pour son travail du pinot noir et son expertise en vins de réserve, occupe le deuxième rang de la profession. Les champagnes Veuve Clicquot incarnent un art de vivre chic et audacieux que la Maison cultive depuis sa création, en 1772. Les cuvées emblématiques de la Maison sont le *Brut Carte Jaune*, le *Veuve Clicquot Rosé* (le tout premier rosé d'assemblage créé il y a 200 ans) ainsi que la cuvée de prestige *La Grande Dame*, dont les huit grands crus historiques de la Maison forment le socle de l'assemblage.

Ruinart, fondée en 1729, est la plus ancienne des Maisons de champagne. Chacune des cuvées porte la signature distinctive du chardonnay, cépage emblématique de la Maison. **Krug**, Maison

fondée en 1843 et acquise par le Groupe en janvier 1999, est la première et la seule Maison de champagne qui recrée tous les ans une cuvée de prestige, *Krug Grande Cuvée*. **Mercier**, Maison fondée par Eugène Mercier en 1858, se veut un champagne pour toutes les occasions, destiné principalement au marché français.

Le portefeuille de vins hors champagne du Groupe rassemble des appellations prestigieuses, en France, en Espagne, en Amérique, en Asie et en Océanie.

Hors de France, les domaines du Groupe sont les suivants : **Cloudy Bay** en Nouvelle-Zélande, **Cape Mentelle** en Australie, **Newton Vineyard** et l'emblématique **Colgin Cellars**, fondé par Ann Colgin il y a 25 ans et acquis par le Groupe en 2017, en Californie, **Terrazas de Los Andes** et **Cheval des Andes** en Argentine, **Ao Yun** en Chine et **Numanthia Termes** en Espagne. La marque **Chandon**, créée en 1959 en Argentine, regroupe les vins pétillants (« sparkling ») de Moët Hennessy élaborés en Californie, en Argentine, au Brésil, en Australie, en Inde et en Chine par Chandon Estates.

En France, le Groupe détient depuis 1999 **Château d'Yquem**, le plus prestigieux des vins de Sauternes, unique Premier Cru Supérieur du classement de 1855. 50 % du prestigieux **Château Cheval Blanc**, Premier Grand Cru classé A Saint-Émilion ont été acquis par le Groupe en 1998. En 2014, le Groupe a acquis le **Domaine du Clos des Lambrays**, l'un des plus anciens et prestigieux domaines viticoles de la Bourgogne, et Grand Cru de la côte de Nuits. Enfin, le **Château du Galoupet**, Cru classé des Côtes-de-Provence depuis 1955 et **Château d'Esclans**, le leader des vins de Rosé de Provence sur le marché américain, dirigé par Sacha Lichine, ont rejoint le portefeuille de vins en 2019.

1.1.2 Position concurrentielle

En 2019, les expéditions en volume des marques de champagne du Groupe sont en hausse de 1 %, tandis que les expéditions de la région Champagne reculent de 2 % (source : CIVC). La part de marché du Groupe atteint ainsi 22,1 % du total des expéditions de la région, contre 21,6 % en 2018.

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

<i>(en millions de bouteilles et pourcentage)</i>	2019			2018			2017		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	Groupe		Région	Groupe		Région	Groupe	
France	141,5	8,7	6,1	147,5	8,7	5,9	153,5	9,9	6,4
Export	156,0	57,2	36,7	154,8	56,7	36,6	153,9	57,3	37,3
TOTAL	297,5	65,9	22,1	302,3	65,4	21,6	307,4	67,2	21,9

(Source : Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne – CIVC).

La ventilation géographique des ventes de champagne du Groupe en 2019, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

<i>(en pourcentage)</i>	2019	2018	2017
Allemagne	5	5	5
Royaume-Uni	8	7	8
États-Unis	20	19	19
Italie	4	4	4
Japon	11	10	10
Australie	4	5	5
Autres	35	36	34
Total export	87	87	85
France	13	13	15
TOTAL	100	100	100

1.1.3. Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone géographique délimitée classée en A.O.C. qui s'étend sur les 34 000 hectares légalement utilisables pour sa production. Trois variétés de cépage sont très largement majoritaires pour la production du champagne : le chardonnay, le pinot noir et le pinot meunier.

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

Les conditions climatiques influencent très sensiblement la récolte du raisin d'année en année. L'élaboration du champagne requiert en outre un vieillissement en cave d'environ deux années et davantage pour les cuvées « premium », millésimées et/ou de prestige. Pour se prémunir des irrégularités de vendanges et gérer les fluctuations de la demande, mais aussi pour maintenir une qualité constante au fil des années, les Maisons

de champagne du Groupe ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock, principalement en cuves, des vins de réserve. Compte tenu des temps de vieillissement, le Groupe maintient en permanence des stocks de champagne importants dans ses caves. En moyenne, le nombre de bouteilles stockées en Champagne dans les caves du Groupe représente 219 millions de bouteilles, soit l'équivalent de trois années de vente environ ; à ce stock de bouteilles s'ajoutent les vins en attente de tirage en cuve (équivalent à 94 millions de bouteilles) dont la réserve qualitative bloquée suivant les règles applicables à la profession (pour l'équivalent de 10 millions de bouteilles).

La fabrication du champagne implique des processus d'une rigueur extrême, pour garder au fil des ans une qualité d'une constance absolue. Moët et Chandon a poursuivi le développement de son site de Mont Aigu dont la cuverie, les installations de tirage, de vieillissement (caves), de dégorgement et d'habillage complètent aujourd'hui les capacités de production des sites historiques d'Épernay. Les sites de production historiques de Veuve Clicquot, Ruinart et Krug se situent à Reims. Veuve Clicquot a entrepris la construction d'un nouveau site de production « Comète » situé sur la commune de Saint-Léonard, à proximité de Reims.

Soucieux d'innover et d'accroître la maîtrise de ses processus de production, le groupe d'activités investit dans un centre de recherche et développement commun à l'ensemble de ses Maisons sur la commune d'Oiry.

1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le groupe Financière Agache possède un peu moins de 1 700 hectares en production, qui fournissent légèrement moins de 20 % des besoins annuels. Au-delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vignerons et de coopératives, sur la base d'accords pluri-annuels ; le premier fournisseur de raisins et de vins représente moins de 10 % du total des approvisionnements des Maisons du Groupe.

Les Maisons de Champagne du Groupe, ainsi que leurs partenaires livreurs, développent leur engagement en faveur de la viticulture durable.



Depuis 1996, des accords interprofessionnels ont instauré une réserve qualitative afin de faire face aux irrégularités des récoltes, les stocks excédentaires ainsi « bloqués » pouvant être mis en vente les années de faible récolte. Chaque année, l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) fixe, d'une part, le niveau de récolte maximal pouvant être vinifié et commercialisé en appellation Champagne, et d'autre part, le « plafond limite de classement » (PLC), correspondant à la quantité qu'il est possible de récolter au-delà du rendement commercialisable. Pour la récolte 2019, le rendement disponible de l'appellation Champagne a été fixé à 10 200 kg/ha et le PLC à 3 100 kg/ha. Le niveau maximal de la réserve bloquée est fixé à 8 000 kg/ha.

Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2019 s'établit entre 5,85 euros et 6,70 euros suivant les crus, en augmentation moyenne de 1,9 % par rapport à celui de la vendange 2018. À ce prix de base peuvent s'ajouter des primes en fonction des conditions particulières de chaque partenariat (dont le niveau d'effort réalisé à la mise en œuvre de la viticulture durable).

Les matières sèches, c'est-à-dire les bouteilles, bouchons, et tous autres éléments constituant le contenant ou l'emballage sont acquis auprès de fournisseurs hors Groupe. En 2019, les Maisons de champagne ont eu recours à des sous-traitants pour un montant de près de 27 millions d'euros ; ces prestations portent notamment sur les opérations de pressurage, de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2 COGNAC ET SPIRITUEUX

1.2.1 Les marques de cognac et spiritueux

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

Le Groupe a acquis Glenmorangie en 2005, qui détient les whiskies single malt **Glenmorangie**, issus des plus hauts alambics d'Europe au nord-est de l'Écosse et **Ardbeg**, élaboré sur l'île d'Islay située au sud de l'archipel des Hébrides.

Depuis 2007, le Groupe détient la vodka de luxe **Belvedere**, créée en 1993 dans le but d'apporter au marché américain une vodka de luxe pour connaisseurs. Celle-ci est élaborée dans la distillerie Polmos Zyrardow située en Pologne, et créée en 1910.

Depuis 2017, les flacons de la tequila **Volcán De Mi Tierra** créée avec l'entrepreneur mexicain Juan Gallardo Thurlow, sont commercialisés dans un nombre limité de points de vente aux États-Unis et au Mexique.

En 2017, le Groupe a acquis **Woodinville Whiskey Company**, fondée en 2010 par Orlin Sorensen et Brett Carlile et plus grande distillerie artisanale de l'État de Washington.

1.2.2 Position concurrentielle

En 2019, les volumes d'expédition de la région de Cognac sont en augmentation de 6 % par rapport à 2018 (source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC), tandis que les expéditions en volume de Hennessy sont en augmentation de 17 %. La part de marché de Hennessy s'établit ainsi à 51,7 %, contre 47 % en 2018. La société est leader mondial du cognac, ses positions étant particulièrement fortes aux États-Unis et en Asie.

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

<i>(en millions de bouteilles et pourcentage)</i>	2019			2018			2017		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	Groupe		Région	Groupe		Région	Groupe	
France	3,9	1,1	27,2	4,0	0,8	19,1	3,5	0,7	20,1
Europe (hors France)	31,9	8,0	25,0	33,3	8,1	24,3	35,3	8,4	23,9
États-Unis	101,9	68,7	67,4	86,9	53,6	61,6	82,4	53,4	64,8
Asie	61,1	23,5	38,5	61,9	22,9	36,9	58,1	23,0	39,7
Autres marchés	14,1	8,8	62,4	14,5	8,9	61,7	14,1	8,4	59,8
TOTAL	212,9	110,0	51,7	200,6	94,2	47,0	193,3	94,0	48,6

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

(en pourcentage)	2019	2018	2017
États-Unis	58	56	55
Japon	1	1	1
Asie (hors Japon)	23	23	24
Europe (hors France)	8	9	9
Autres	11	11	11
Total export	100	100	100
France	-	-	-
TOTAL	100	100	100

1.2.3. Mode d'élaboration du cognac

La région délimitée de Cognac se situe autour du bassin de la Charente. Le vignoble, qui s'étend actuellement sur environ 78 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie. La région est découpée en six crus ayant chacun ses qualités propres : la Grande Champagne, la Petite Champagne, les Borderies, les Fins Bois, les Bons Bois et les Bois Ordinaires. Hennessy sélectionne ses eaux-de-vie essentiellement parmi les quatre premiers crus, où la qualité des vins est la plus adaptée à l'élaboration de ses cognacs.

La distillation charentaise présente la particularité de se dérouler en deux temps appelés première et seconde chauffe. Les eaux-de-vie ainsi obtenues vieillissent en barriques de chêne. Le cognac résulte de l'assemblage progressif d'eaux-de-vie sélectionnées en fonction de leurs crus, de leurs origines et de leur âge.

Hennessy, dont la production est intégralement basée à Cognac, a inauguré en 2017 une nouvelle plateforme logistique et unité de conditionnement, baptisée « Pont Neuf ». Au terme du projet, les capacités de production de la Maison seront portées à 10 millions de caisses par an. La conception de cette plateforme de 26 000 m² répond à des standards environnementaux et de qualité de vie jusqu'ici inégalés.

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

L'essentiel des eaux-de-vie de cognac nécessaires à Hennessy pour sa production est acheté auprès d'un réseau d'environ 1 600 producteurs indépendants, avec lesquels la société veille au maintien d'une extrême qualité, dans le cadre d'une politique ambitieuse de viticulture durable. Hennessy exploite en propre près de 180 hectares, soit moins de 1 % de ses besoins en eaux-de-vie.

Les prix d'achat des eaux-de-vie sont agréés entre la société et chaque producteur selon l'offre et la demande et le niveau qualitatif des eaux-de-vie. En 2019, le prix des eaux-de-vie de la récolte est resté stable après la forte augmentation de prix passée en 2018.

Grâce à un stock optimisé d'eaux-de-vie, la Maison Hennessy peut gérer les effets des évolutions de prix, en adaptant ses achats d'une année sur l'autre, dans le cadre contractuel établi avec les partenaires. Hennessy poursuit la maîtrise de ses engagements d'achats et la diversification de ses partenariats, pour préparer sa croissance future dans les différentes qualités.

Comme pour les activités de Champagne et Vins, Hennessy s'approvisionne en matières sèches (bouteilles, bouchons et autres constituants d'emballage) auprès de fournisseurs hors Groupe. Les barriques et foudres utilisés pour le vieillissement du cognac proviennent également de fournisseurs hors Groupe. Hennessy a peu recours à la sous-traitance pour ce qui concerne son cœur de métier : le vieillissement, l'assemblage et le conditionnement des eaux-de-vie.

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

La vodka Belvedere est fabriquée uniquement à base de seigle polonais et d'eau pure et est produite dans l'une des plus anciennes distilleries polonaises produisant de la vodka depuis 1910. Belvedere ne contient aucun additif, et est produite conformément à la législation polonaise de production de la vodka qui édicte que rien ne peut être ajouté. Belvedere, experte dans la distillation à base de seigle, puise dans une tradition polonaise de plus de six cents ans pour fabriquer une vodka extraordinaire, distincte en goût et caractère. Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Belvedere représente moins de 35 % des approvisionnements de la société.

1.2.6 Mode d'élaboration du Scotch whisky

Conformément aux critères définis pour bénéficier de l'appellation Scotch Whisky, les whiskies single malt Glenmorangie et Ardbeg sont produits en Écosse à partir d'eau et d'orge malté, dont on obtient la fermentation au moyen de levures ; ils sont distillés et mis à vieillir sur le territoire écossais pour une durée d'au moins trois années, dans des fûts de chêne d'une capacité n'excédant pas 700 litres. S'agissant de whiskies single malt, ils proviennent d'une seule distillerie. Les alambics de Glenmorangie, les plus hauts d'Écosse, s'élèvent à 5,14 mètres de hauteur, ne laissant se dégager et se condenser que les émanations les plus subtiles. Chez Ardbeg, les alambics sont équipés d'un purificateur unique en son genre. Les whiskies Glenmorangie et Ardbeg subissent habituellement un vieillissement d'au moins dix années qui s'opère dans des fûts de très grande qualité.



1.3 LA DISTRIBUTION DES VINS ET SPIRITUEUX

Moët Hennessy dispose d'un réseau de distribution mondial puissant et agile, grâce auquel le groupe d'activités Vins et Spiritueux poursuit le déploiement géographique équilibré de son portefeuille de marques. Une partie de ce réseau est constituée de joint-ventures avec le groupe de spiritueux Diageo⁽¹⁾, en vertu d'accords conclus depuis 1987 afin de répondre à l'objectif

de renforcer les positions des deux groupes, de mieux contrôler leur distribution, d'améliorer le service rendu à leur clientèle et d'accroître leur rentabilité par un partage des coûts de distribution. Ceci concerne principalement le Japon, la Chine, et la France. En 2019, 27 % des ventes de champagne et de cognac ont été réalisées par ce canal.

1.4 FAITS MARQUANTS 2019 ET PERSPECTIVES 2020

1.4.1 Faits marquants

Le groupe Vins et Spiritueux accomplit une belle performance, dans la continuité de sa stratégie de valeur, et réaffirme sa position de leader en s'appuyant sur un développement géographique équilibré. Sa dynamique est particulièrement remarquable en Chine et aux États-Unis. Les Maisons maintiennent une forte politique d'innovation et accentuent leur engagement environnemental et sociétal.

Les Maisons de Champagne connaissent une bonne progression en valeur dans un contexte particulièrement concurrentiel. Avec des volumes quasiment stables par rapport à l'année précédente, la croissance organique des ventes s'établit à 4 %. La croissance en valeur est portée par la progression plus rapide des cuvées de prestige et une politique ferme de hausse des prix.

Moët & Chandon conforte sa position de leader mondial. Les 150 ans de l'icône *Moët Impérial* sont célébrés par un flacon en édition limitée et un très bel événement au sein du Château de Saran, propriété de la Maison, qui a rouvert ses portes après plusieurs années de restauration. Le succès des cuvées *Ice Impérial Blanc* et *Rosé*, offrant de nouvelles expériences de dégustation, illustre la capacité de montée en gamme de la Maison.

Continuant à affirmer son modèle unique, **Dom Pérignon** réalise une performance exceptionnelle dans tous ses marchés. Depuis janvier 2019, Vincent Chaperon reprend le flambeau des mains de Richard Geoffroy, chef de Cave Dom Pérignon depuis 1990, après avoir œuvré quinze ans à ses côtés. L'année est marquée par le lancement du nouveau millésime *Plénitude 2 1998* et une collaboration artistique avec Lenny Kravitz pour les *Vintages 2008* et *Rosé 2006*.

Maison de champagne la plus visitée, **Mercier** renforce sa tradition de partage en employant des guides spécialement formés à la langue des signes.

Veuve Clicquot bénéficie de la belle performance de ses piliers *Carte Jaune* et *Rosé*, portée notamment par les États-Unis et le Japon. Saluée par la critique, *La Grande Dame 2008* poursuit son ascension avec un plan de communication mondial en fin d'année. Afin de renforcer son engagement en faveur de l'entrepreneuriat féminin, la Maison lance le programme « Bold by Veuve Clicquot ».

Ruinart poursuit sa croissance avec une nouvelle année record, accompagnée par l'excellence œnologique de ses cuvées, notamment son emblématique *Blanc de Blancs*. La carte blanche

artistique 2019 par le Brésilien Vik Muniz portant sur la vigne, ainsi que le lancement de « Retour aux sources », une installation artistique à Reims connectée au vivant et célébrant le début du compte à rebours des 300 ans en 2029, illustrent une nouvelle fois l'engagement artistique et environnemental de la Maison.

Krug confirme sa dynamique de croissance en valeur grâce à la présentation de *Krug Grande Cuvée 167^e Édition* et *Krug Rosé 25^e Édition*, suivie du lancement des « Créations de 2006 ». Julie Cavil, directrice de l'Œnologie depuis treize années, devient chef de Cave en janvier 2020. La Maison crée le « Fonds K pour la musique » qui soutient des projets philanthropiques.

Estates & Wines met en œuvre une stratégie de développement d'un portefeuille de marques fortes au service de ses marchés clés, les États-Unis et la Chine. Avec une attention toujours accrue à la qualité, la Maison remporte de nouvelles récompenses en 2019. Les acquisitions en 2019 de **Château du Galoupet** et de **Château d'Esclans** marquent l'entrée de Moët Hennessy dans le marché porteur des vins rosés de grande qualité.

Chandon réalise une belle performance, notamment aux États-Unis et en Amérique latine. Malgré un contexte économique incertain, la Maison réussit un fort rebond en Argentine grâce au lancement de *Chandon Apéritif*, développement œnologique très innovant dans sa catégorie. Poursuivant leur quête d'excellence dans l'élaboration des vins mousseux, les six vignobles de Chandon dans le monde récoltent une pléiade de récompenses dans les grandes compétitions internationales.

Hennessy confirme sa forte dynamique dans les marchés stratégiques – États-Unis, Chine et « travel retail ». La croissance organique des ventes s'élève à 7 %, avec des volumes en hausse de 6 %. La Maison passe ainsi le cap des 8 millions de caisses et continue d'accentuer son avance dans les marchés émergents – Afrique, Caraïbes – grâce à la progression des qualités phares, *V.S.*, *V.S.O.P* et *X.O*. Cette belle performance s'inscrit dans la continuité des années précédentes, notamment 2018, où Hennessy est devenue, au-delà du cognac dont elle est leader de très longue date, la première marque internationale de spiritueux premium en valeur. La campagne de communication « Hennessy X.O – The Seven Worlds » réalisée par Ridley Scott s'est classée, avec plus de 120 millions de vues, au premier rang des campagnes digitales les plus regardées de l'univers du luxe. Ses effets ont bénéficié en halo à l'ensemble du portefeuille de Hennessy. La désirabilité toujours croissante de la marque se manifeste dans sa progression dans le classement Interbrand des cent marques les plus puissantes

(1) Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy, société holding des activités Vins et Spiritueux du groupe Financière Agache.

au monde. Hennessy continue d'investir pour préparer l'avenir et maintenir le niveau d'excellence de ses cognacs, avec l'ouverture de sept chais en 2019 et la construction d'une nouvelle ligne de conditionnement sur le site Pont Neuf inauguré en 2017, un modèle en matière d'écoconception.

Glenmorangie Company renforce sa position dans la catégorie des single malts, portée par la demande mondiale croissante pour les whiskies d'exception, et poursuit les investissements consacrés à l'extension de ses deux distilleries. Les Maisons **Glenmorangie** et **Ardbeg** continuent de remporter de nombreux prix décernés par les professionnels du secteur d'activités. Active vis-à-vis de son environnement, la distillerie Glenmorangie travaille, avec ses partenaires, à la restauration des récifs d'huîtres et de moules dans le Dornoch Firth.

La vodka **Belvedere** continue d'innover avec le lancement mondial des vodkas de seigle polonais haut de gamme *Single Estate Rye Series*. À travers cette initiative, qui lui vaut de nombreux prix d'excellence lors de prestigieux concours mondiaux, la Maison met en avant l'importance du terroir dans les arômes de la vodka.

La tequila **Volcán De Mi Tierra** réalise une belle croissance en Amérique du Nord et prépare son expansion vers de nouveaux marchés.

Woodinville Whiskey Company poursuit son développement dans plusieurs États américains. La distillerie se prépare à augmenter sa production pour répondre à une demande croissante et lance avec succès son *Port Finished Bourbon*.

La plateforme de e-commerce **Clos 19** continue de se développer au Royaume-Uni, en Allemagne et aux États-Unis. Elle enrichit sa gamme d'expériences exclusives, de collaborations et de produits en éditions limitées tout en poursuivant sa stratégie d'expansion sur de nouveaux marchés.

1.4.2 Perspectives

Excellence, innovation et attention portée aux attentes spécifiques des consommateurs dans chaque pays continueront à soutenir la croissance et la création de valeur du groupe Vins et Spiritueux au cours des mois qui viennent. Dans un contexte commercial incertain où la demande mondiale est néanmoins toujours plus orientée vers la qualité, les Maisons disposent des meilleurs atouts. Elles s'appuieront sur l'engagement fort de leurs équipes, sur leur dynamique d'innovation et sur la désirabilité des marques pour continuer à les renforcer et à construire durablement leur avenir. Rendu possible grâce à la créativité des Maisons et à la valeur du portefeuille de produits, le développement d'une grande diversité d'expériences de dégustation et de convivialité permet de s'adapter à de nouveaux styles de vie et recruter la prochaine génération de consommateurs. La puissance et l'agilité du réseau mondial de distribution de Moët Hennessy constituent un atout clé pour réagir aux aléas conjoncturels et saisir toutes les opportunités de gains de parts de marché. Le développement des capacités de production demeure un axe majeur, au même titre qu'une politique très active d'approvisionnement. S'inscrivant dans une vision à long terme, toutes les Maisons ont pour ambition de renforcer leur engagement durable pour l'environnement et la préservation des savoir-faire.

2. Mode et Maroquinerie

En 2019, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 22 237 millions d'euros, soit 41 % des ventes totales du groupe Financière Agache.

2.1 LES MARQUES DU GROUPE MODE ET MAROQUINERIE

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

Depuis 1854, **Louis Vuitton** a bâti sa réussite sur l'exécution sans faille de son métier de malletier, la maîtrise totale de sa distribution et son exceptionnelle liberté créative, source de renouvellement et d'invention permanente. En veillant au juste équilibre entre nouveautés et lignes de maroquinerie iconiques, entre le perfectionnement constant d'un savoir-faire artisanal unique et la dynamique d'une mode conçue en parfaite osmose avec l'univers de la marque, la Maison s'attache à surprendre ses clients, et à faire de ses boutiques des lieux inspirants. Depuis plus de 150 ans, sa gamme de produits s'enrichit ainsi continuellement de nouveaux modèles pour le voyage ou pour la ville et de nouvelles matières, formes et couleurs. Réputée pour

l'originalité et la grande qualité de ses créations, Louis Vuitton est aujourd'hui la première marque mondiale de produits de luxe et propose une offre globale : maroquinerie et haute maroquinerie, prêt-à-porter féminin et masculin, souliers et accessoires, montres, joaillerie, lunettes et, depuis 2017, une collection de fragrances féminines et masculines.

Christian Dior Couture a été fondée en 1946. Depuis son premier défilé, baptisé *New Look*, la Maison n'a cessé d'imposer sa vision à travers des lignes élégantes architecturales et féminines, jusqu'à devenir dans le monde entier synonyme de luxe à la française. La vision de Christian Dior se transmet aujourd'hui avec audace et inventivité à travers toute l'offre de la Maison, que ce soit la haute couture, la maroquinerie, le prêt-à-porter, les souliers et les accessoires féminins et masculins ainsi que les montres et la joaillerie. Parfums Christian Dior est intégrée dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.



Créée à Rome par Adele et Edoardo Fendi en 1925, **Fendi** a d'abord séduit les élégantes italiennes avant de conquérir le reste du monde. Fendi fait partie du Groupe depuis 2000. Particulièrement connue pour son savoir-faire et sa créativité dans le travail de la fourrure, la marque est présente dans les accessoires avec, notamment, le mythique sac *Baguette* et l'intemporel *Peekaboo*, le prêt-à-porter et les souliers.

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

Marc Jacobs, créée à New York en 1984, est la marque éponyme de son fondateur et fait partie du Groupe depuis 1997. Elle se veut, à travers ses collections de prêt-à-porter homme et femme, de maroquinerie et de souliers, le symbole d'une mode urbaine et irrévérencieuse, culturelle mais aussi engagée.

Celine, fondée en 1945 par Céline Vipiana, et détenue par le Groupe depuis 1987, développe une offre de prêt-à-porter, maroquinerie, souliers et accessoires.

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

Givenchy, fondée en 1952 par Hubert de Givenchy et dans le Groupe depuis 1988, ancrée dans les traditions d'excellence de la haute couture, est également reconnue pour ses collections de prêt-à-porter féminin et masculin et ses accessoires de mode.

Parfums Givenchy est intégrée dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.

Pink Shirtmaker, marque née en 1984 et entrée dans le Groupe en 1999, est au Royaume-Uni un spécialiste réputé de la chemise haut de gamme.

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

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

Loro Piana, Maison italienne fondée en 1924 et détenue par le Groupe depuis 2013, crée des produits et des tissus exceptionnels, en particulier à partir du cachemire, dont elle est le premier transformateur au monde. La Maison est célèbre pour sa dévotion à la qualité et aux matières premières les plus nobles, pour ses standards incomparables dans le design et son savoir-faire artisanal.

Rimowa, fondée à Cologne en 1898, est la première marque allemande détenue par le Groupe. Emblème des bagages haut de gamme, elle propose des produits combinant design iconique et quête permanente d'excellence.

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

2.2 POSITION CONCURRENTIELLE

Le marché du Luxe, dans le secteur de la Mode et Maroquinerie, est très fragmenté et se compose à la fois de quelques grands acteurs internationaux mais également de nombreuses marques indépendantes de plus petite taille. Le groupe Financière Agache,

dont les marques sont présentes dans le monde entier, se positionne comme un des groupes les plus internationaux. L'ensemble de ces acteurs est en concurrence à la fois sur les différentes catégories de produits et sur les régions géographiques.

2.3 LA CRÉATION

S'assurer la collaboration des meilleurs créateurs, en accord avec l'esprit de chaque marque, est une priorité stratégique : les directeurs artistiques font rayonner l'identité des Maisons, sont les artisans de leur excellence créative et de leur capacité à se réinventer. Afin de renouveler continuellement cette richesse, le Groupe a toujours eu à cœur de soutenir la jeune création et d'accompagner les talents de demain, notamment à travers le Prix LVMH pour les Jeunes créateurs de Mode dont chaque édition récompense un talent créatif particulièrement remarquable.

Le groupe Financière Agache considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons un grand nombre de créateurs au talent mondialement reconnu. En 2019, après la disparition de Karl Lagerfeld, Silvia Fendi continue de porter le succès de la Maison romaine et Felipe Oliveira Baptista prend la tête de la direction artistique de Kenzo, occupée depuis 2011 par Humberto Leon et Carol Lim. Quatre nominations ont marqué l'année 2018 : Virgil Abloh et Kim Jones en qualité de directeur artistique des collections Homme respectivement chez

Louis Vuitton et Christian Dior Couture, Hedi Slimane en tant que directeur de la création artistique et de l'image de Celine, et Kris Van Assche comme responsable de l'ensemble des collections chez Berluti. En 2017, Clare Waight Keller s'est vu confier la direction artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter et les accessoires féminins et masculins de Givenchy. Depuis 2016, Maria Grazia Chiuri est la première femme directrice artistique

des collections Femme de Dior. Chez Louis Vuitton, Nicolas Ghesquière conçoit depuis 2013 une mode en parfaite osmose avec l'univers de la marque sur les collections féminines. Jonathan Anderson est en charge de la direction artistique de Loewe depuis 2013. Marc Jacobs continue de porter la création de la marque qu'il a fondée en 1984.

2.4 LA DISTRIBUTION

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

chaque clientèle, de mieux anticiper ses attentes et de lui offrir ainsi des expériences d'achat uniques.

Pour répondre à ces objectifs, le Groupe dispose du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de Mode et Maroquinerie. Ce réseau comprend plus de 2 000 boutiques au 31 décembre 2019.

2.5 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE

En 2019, Louis Vuitton continue d'accroître sa capacité de production : en France, avec l'ouverture d'un nouvel atelier dans le Maine-et-Loire et la poursuite de la campagne de recrutement massive de maroquiniers, aux États-Unis avec l'ouverture d'un premier atelier au Texas. Les vingt-trois ateliers de fabrication de maroquinerie de Louis Vuitton, seize en France, trois en Espagne, trois aux États-Unis et un en Italie, assurent l'essentiel de la fabrication des articles de maroquinerie de la Maison Louis Vuitton. Les ateliers Louis Vuitton en Italie regroupent l'ensemble des savoir-faire, du développement à la fabrication, pour toutes les catégories de souliers (à Fiesso d'Artico), ainsi que le développement d'une partie de l'activité Accessoires (textiles, bijoux, lunettes). En Espagne, les ateliers Louis Vuitton concentrent également l'ensemble de l'activité Accessoires Cuir (ceintures, bracelets). Louis Vuitton ne recourt à des fabricants externes que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de son volume de production.

Louis Vuitton achète ses matières auprès de fournisseurs localisés dans le monde entier et avec lesquels la Maison a établi des relations de partenariat. La stratégie fournisseurs mise en œuvre depuis quelques années a permis de répondre aux besoins tant en termes de volume que de qualité et d'innovation grâce à une politique de concentration et d'accompagnement des meilleurs fournisseurs, tout en limitant la dépendance de Louis Vuitton vis-à-vis de ces derniers. Ainsi le premier fournisseur de cuirs ne pèse qu'environ 18% du total des approvisionnements en cuir de Louis Vuitton.

Chez Christian Dior Couture, les capacités de production et le recours à la sous-traitance sont très variables selon les produits concernés. Dans le domaine de la maroquinerie, Christian Dior Couture fait appel à des entreprises tierces pour compléter ses fabrications et lui assurer une grande flexibilité de production. Dans le domaine du prêt-à-porter et de la haute joaillerie, elle s'approvisionne exclusivement auprès d'entreprises extérieures.

Fendi et Loewe disposent d'ateliers de maroquinerie dans leur pays d'origine, et en Italie pour Celine et Berluti, qui ne couvrent qu'une part de leurs besoins de production. Rimowa assure une grande partie de la fabrication de ses produits en Allemagne. D'une façon générale, la sous-traitance à laquelle a recours le groupe d'activités est diversifiée en termes de nombre de sous-traitants, et située pour une large part dans le pays d'origine de la marque, France, Italie et Espagne.

Loro Piana gère toutes les étapes de la fabrication, de la collecte des fibres naturelles à la livraison du produit fini en boutique. Loro Piana se procure ses matières uniques (« Baby Cashmere » du nord de la Chine et de Mongolie, vigogne des Andes, laine Merino extra-fine d'Australie et de Nouvelle-Zélande) dans le cadre de partenariats exclusifs noués avec des fournisseurs du monde entier. Les textiles et produits d'exception de la marque sont ensuite fabriqués en Italie.

En outre, afin de protéger et développer l'accès des Maisons de Mode et Maroquinerie aux matières premières et aux savoir-faire d'excellence qui leur sont indispensables, LVMH Métiers d'Art, secteur d'activités créé en 2015, investit et accompagne dans la durée les meilleurs de ses fournisseurs. Ainsi, dans les métiers du cuir, LVMH s'est associé en 2011 aux frères Koh afin de développer la tannerie Heng Long, à Singapour. Créée en 1950, elle est aujourd'hui leader dans le tannage des peaux de crocodilien. En 2012, le Groupe a acquis les Tanneries Roux, fondées en 1803, l'une des dernières tanneries françaises spécialisées dans le tannage des peaux de veau. En 2017, le Groupe a lancé Thélios, une co-entreprise regroupant les expertises de LVMH et de Marcolin sur la lunetterie.

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

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



2.6 FAITS MARQUANTS 2019 ET PERSPECTIVES 2020

2.6.1 Faits marquants

Louis Vuitton signe une performance exceptionnelle, portée par l'excellente dynamique de tous ses métiers. Au cours d'une année riche en développements et collaborations artistiques, lignes emblématiques et nouvelles créations concourent de manière équilibrée à la croissance des ventes. Alors que le modèle *Capucines* inspire de nouveaux artistes, donnant naissance à la collection *Artycapucines*, l'exposition immersive « Louis Vuitton X » retrace précisément, à Los Angeles, la longue tradition de collaboration avec des créateurs de tous horizons qui jalonne l'histoire de la Maison. Visionnaire par essence, Louis Vuitton invente une toile futuriste habillant des sacs qui diffusent des images animées et conclut en fin d'année un partenariat inédit avec un e-sport qui suscite un engouement sans précédent : la Maison crée la malle-trophée du Championnat du monde League of Legends et lui dédie une collection capsule de prêt-à-porter dessinée par Nicolas Ghesquière. Associée comme toujours à un lieu emblématique, la collection Croisière du directeur artistique des collections Femme défile au mythique TWA Flight Center de l'aéroport JFK de New York, tandis que la cour carrée du Louvre accueille sa présentation de la collection Printemps-Été. Virgil Abloh renouvelle l'univers de l'Homme : le créateur lance une ligne *Louis Vuitton Staples Edition* qui revisite les pièces essentielles du vestiaire masculin, retravaille plusieurs modèles iconiques de maroquinerie comme le *Steamer* créé en 1901 et investit la place Dauphine à Paris pour le défilé poétique de sa collection Printemps-Été 2020. L'évolution qualitative du réseau de distribution se poursuit avec l'inauguration de la Maison Louis Vuitton de Séoul, pour laquelle Frank Gehry a imaginé un fantastique vaisseau de verre qui fait écho à la Fondation Louis Vuitton, et la réouverture de la Maison de Londres New Bond Street, métamorphosée par l'architecte Peter Marino. La Maison continue de renforcer ses capacités de fabrication avec l'ouverture dans le Maine-et-Loire d'un atelier de maroquinerie certifié « BREEAM Very Good » sur le plan environnemental et la mise en service d'un nouvel atelier américain près de Dallas au Texas. Afin de renforcer le partenariat qui conduit Louis Vuitton, depuis plus de trois ans, à soutenir l'UNICEF auprès des enfants les plus vulnérables, des collaborateurs volontaires se rendent sur le terrain et témoignent des actions menées, via les réseaux sociaux.

Christian Dior Couture réalise une croissance soutenue dans toutes ses catégories de produits et toutes les régions. Créativité et élégance intemporelle, événements et défilés captivants assurent le succès continu des collections Femme, Homme et Joaillerie-Horlogerie. Preuve du rayonnement exceptionnel de la Maison, l'exposition qui lui est consacrée au Victoria and Albert Museum de Londres connaît un record d'affluence avec près de 600 000 visiteurs. À Marrakech, la collection Croisière de Maria Grazia Chiuri, hommage à la diversité, mixe cultures et savoir-faire africains et européens. À Paris et Shanghai, où défile sa collection de prêt-à-porter, la créatrice imagine une ode

à la nature au sein d'un décor dont les arbres ont été replantés dans le cadre d'un projet pérenne. Tandis que l'esprit de la haute couture s'incarne dans la nouvelle ligne de maroquinerie *30 Montaigne* et la collection de prêt-à-porter du même nom, l'iconique *Lady Dior* inspire de nouveaux artistes lors de la 4^e édition du projet *Dior Lady Art*. Pour sa collection *Dior Men Essentials*, Kim Jones, directeur artistique des collections Homme, dessine un vestiaire qui réinterprète l'essence et l'éternelle modernité de la silhouette Dior. Est aussi lancée en fin d'année une ligne de bagages créée en collaboration avec Rimowa et dévoilée à l'occasion du défilé Dior Homme Printemps-Été 2020 à l'Institut du Monde Arabe à Paris. Le développement du réseau de distribution se poursuit, incluant l'ouverture d'une boutique d'exception sur les Champs-Élysées à Paris. Très bien accueillie par la clientèle, elle prend le relais de l'adresse historique du 30 avenue Montaigne pendant sa transformation.

Pour **Fendi**, l'année 2019 est marquée par le dernier défilé hommage de Karl Lagerfeld après une collaboration de 54 années. Point d'orgue des hommages rendus par la Maison au grand créateur, les 54 silhouettes de la collection haute couture *The Dawn of Romanity* défilent en juillet sur le mont Palatin, au cœur des ruines du Forum romain. Illustrant la richesse de ses ressources créatives, la Maison poursuit ses partenariats avec le monde de l'art et de la musique. Elle connaît une croissance soutenue de toutes ses catégories de produits, portée par le succès continu de ses lignes iconiques *Peekaboo* et *Baguette*, et par une collection capsule audacieuse, *Fendi Prints On*, conçue en collaboration avec l'artiste Nicki Minaj. Fendi ouvre de nouvelles boutiques à Monaco, en Chine et en Australie.

Loro Piana réalise une belle progression, portée par le succès de ses matières premières iconiques *Excellences*, notamment celui de la collection réalisée en laine de vigogne. Les lignes emblématiques *Essenziali*, dont l'offre est étoffée, connaissent une très bonne dynamique. Les souliers réalisent une excellente performance, soutenue par le développement d'une offre sur mesure et l'ouverture événementielle d'une boutique éphémère dans le quartier de Meatpacking à New York. Le film « Cashmere, The Origin of a Secret », le premier d'une trilogie réalisée par Luc Jacquet, célèbre la noblesse et l'excellence des matières iconiques de Loro Piana.

Les premières collections créées par Hedi Slimane pour **Celine** sont lancées en boutique dont le nouveau concept se déploie progressivement. Les défilés, reflet de la nouvelle identité de la Maison, reçoivent un excellent accueil. Hedi Slimane renoue avec la tradition du couturier parfumeur en signant onze créations olfactives puisant dans le savoir-faire de la haute parfumerie française. Une boutique Celine Haute Parfumerie est ouverte à Paris, rue Saint-Honoré. La Maison renforce par ailleurs son implantation en Italie avec un nouvel atelier de maroquinerie en Toscane, conçu selon les normes les plus élevées de développement durable.

Loewe réalise une excellente progression et franchit une étape clé de son développement. Sous l'impulsion de son directeur artistique Jonathan Anderson, la Maison accélère son rythme d'innovation, accroît sa visibilité, renforce la consistance de son offre produits et celle de ses différents points de contact avec sa clientèle. Entre autres initiatives, on notera le lancement de produits très attractifs comme les sacs *Lazo* et *Cushion Tote*, les nouvelles capsules de *Paula's Ibiza* et de *Eye/Loewe/Nature* ou encore la collection de prêt-à-porter et d'accessoires inspirée par l'univers féérique de l'artiste William de Morgan. Une amélioration significative du réseau de distribution est également opérée avec notamment l'ouverture ou l'extension de boutiques *Casa Loewe* à Londres, Pékin, Tokyo et Madrid.

Pour **Givenchy**, l'année est marquée par le retour à une collection identitaire masculine forte, présentée à Florence au mois de juin ; autre initiative, la collection *Givenchy Atelier* met en œuvre le savoir-faire et les techniques de la haute couture sur des pièces de prêt-à-porter réinterprétant les codes historiques de la Maison.

Kenzo poursuit sa croissance, renforce son positionnement en prêt-à-porter avec des créations mixant imprimés audacieux et signatures fortes et s'affirme sur le territoire de l'Accessoire avec le lancement du sac *Tali*. La Maison annonce en juillet l'arrivée de Felipe Oliveira Baptista à la direction artistique, faisant suite aux huit années où elle fut assurée par Humberto Leon et Carol Lim. Un développement significatif du réseau de distribution est opéré avec la reprise de la Chine en direct et les premières ouvertures aux États-Unis.

Berluti réalise une bonne performance, spécialement forte au Japon et en Chine. Les deux premiers défilés de Kris Van Assche et l'arrivée en boutique de ses collections rencontrent un excellent accueil. Un travail sur l'héritage de la Maison inspire la création de son nouveau logo ainsi que la mise en avant de son motif *Scritto* et de son art de la patine. Les ventes de prêt-à-porter et de nouveautés comme les sneakers *Gravity*, *Stellar* et *Shadow* sont très dynamiques. Le savoir-faire unique de la Maison s'illustre lors d'une collaboration avec la Galerie Laffanour Downtown pour la restauration de pièces de mobilier gainées de cuir. Berluti poursuit l'expansion sélective de son réseau de boutiques et lance son e-commerce au Japon.

Rimowa réalise une excellente performance, soutenue par une forte innovation : la ligne de bagages *Essential* se dote de quatre nouvelles couleurs habillant des valises totalement monochromes. Une combinaison innovante de techniques d'anodisation a aussi permis d'intégrer des pigments de forte intensité au cœur de l'aluminium qui revêt le modèle *Original*, créant ainsi deux nouvelles

teintes modernes et vibrantes pour ce modèle iconique. La Maison poursuit ses collaborations, notamment avec les artistes Daniel Arsham et Alex Israel, avec le label Supreme pour une deuxième édition et avec Christian Dior pour la collection capsule *Dior et Rimowa* conçue avec Kim Jones.

Marc Jacobs lance la nouvelle ligne *The Marc Jacobs* qui propose les pièces essentielles d'une garde-robe contemporaine tandis que de nouvelles fonctionnalités sur les lignes de sacs sont introduites.

Fenty Couture, créée en collaboration avec la chanteuse Rihanna, ouvre en mai son site internet et inaugure un programme de boutiques éphémères.

La **Maison Patou**, acquise par LVMH, accueille Guillaume Henry en qualité de directeur artistique et dévoile en septembre sa première collection de prêt-à-porter.

2.6.2 Perspectives

Porté par le talent de ses créateurs, la virtuosité de ses artisans et l'engagement fort de ses équipes à travers le monde, **Louis Vuitton** continuera d'enrichir son univers fascinant. Les développements à venir s'inscriront dans la volonté inchangée de propulser dans la modernité un héritage d'exception, d'émerveiller ses clients et de leur proposer une expérience toujours plus unique et innovante dans son réseau de boutiques ou dans le monde digital. La transformation qualitative du réseau de distribution se poursuivra. La Maison continuera de renforcer ses capacités de production avec l'ouverture en France au premier semestre d'un nouvel atelier situé en plein cœur de Vendôme dans le Loir-et-Cher, une ville chargée d'histoire et de tradition maroquinère. Avec des équipes guidées par ses valeurs d'excellence et de créativité, **Christian Dior Couture** poursuivra sa croissance, portée par le succès continu de ses collections, et l'ouverture de boutiques stratégiques. **Fendi** continuera d'innover dans tous ses métiers et concrétisera plusieurs projets déjà engagés au profit de boutiques emblématiques et en lien avec la préservation des savoir-faire et de l'environnement. **Loro Piana** ouvrira une boutique phare à Tokyo et se renforcera en Chine. Forte de son nouvel élan, **Loewe** a pour objectif de renforcer son positionnement et sa notoriété, de poursuivre l'expansion de son réseau de distribution et d'accroître sa performance omnicanale. Plus généralement, toutes les Maisons de Mode continueront de se concentrer sur la créativité de leurs collections, la désirabilité de leurs produits, l'attractivité de leurs boutiques et le développement de leur présence digitale.



3. Parfums et Cosmétiques

En 2019, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 6 835 millions d'euros, soit 13 % des ventes totales du groupe Financière Agache.

3.1 LES MARQUES DU GROUPE PARFUMS ET COSMÉTIQUES

La société **Parfums Christian Dior** est née en 1947, année du premier défilé de Christian Dior, qui a créé le concept révolutionnaire de beauté globale avec le lancement du parfum *Miss Dior*, suivi du maquillage avec le rouge à lèvres *Rouge Dior* lancé en 1953 et du soin, lancé en 1973. Aujourd'hui, Parfums Christian Dior, qui consacre à la recherche 1,2 % de ses ventes, se situe à l'avant-garde en matière d'innovation. François Demachy, parfumeur-créateur et Peter Philips, directeur artistique du maquillage, perpétuent aujourd'hui l'héritage de Christian Dior, mêlant esprit d'audace et savoir-faire, en symbiose avec les collections de la Maison de couture.

Guerlain, fondée en 1828 par Pierre François Pascal Guerlain, a créé plus de 700 parfums depuis son origine. La marque jouit d'une image exceptionnelle dans l'univers du parfum. Aujourd'hui, héritier d'un catalogue olfactif de plus de 1100 fragrances, Thierry Wasser, Parfumeur Maison, explore le monde à la recherche des matières premières les plus exclusives. Une audace que partage Olivier Echaudemaison, Creative director Maquillage, qui œuvre à révéler et sublimer la beauté des femmes. Parmi les parfums emblématiques de la Maison figurent *Mon Guerlain*, *La Petite Robe Noire* et *Shalimar*.

Parfums Givenchy, fondée en 1957, perpétue les valeurs portées par son fondateur, Hubert de Givenchy dans l'univers des parfums, du maquillage et des soins. De *L'Interdit* à *Givenchy Gentleman*, les parfums de la Maison incarnent la vision de la marque. Inspiré par l'esprit avant-gardiste et la sensualité des créations Couture, Nicolas Degennes, directeur artistique Maquillage et Couleurs, perpétue depuis 1999 l'inventivité propre à la marque.

La première fragrance féminine de **Kenzo Parfums** a vu le jour en 1988. Kenzo Parfums s'est ensuite développée avec des créations dont l'identité unique et décalée pose une empreinte sur le monde de la parfumerie, comme *Flower by Kenzo*, *L'eau Kenzo* ou *Kenzo Homme*.

Benefit Cosmetics, créée en 1976 à San Francisco par les jumelles Jean et Jane Ford, a rejoint le Groupe fin 1999. Benefit s'est façonné un statut résolument à part dans le paysage des marques de cosmétiques avec la pertinence et l'efficacité de ses produits

aux noms audacieux teintés d'humour, ses packagings créatifs et ses services sur mesure.

Fresh, simple boutique d'apothicaire ouverte en 1991 à l'origine, a rejoint le Groupe en septembre 2000. Fidèle à son usage d'ingrédients naturels tels que le sucre, la Maison continue de développer son approche unique associant ingrédients innovants et rituels de beauté ancestraux pour créer une expérience sensorielle totale.

Perfumes Loewe lance son premier parfum en 1972. Perfumes Loewe incarne l'esprit espagnol : élégant, raffiné, lumineux, fort et imprévisible avec des essences fleuries, boisées et citronnées.

Make Up For Ever, créée en 1984, qui a rejoint le Groupe en 1999, est une marque de maquillage professionnel offrant une ligne de produits innovants et d'une qualité exceptionnelle pour les artistes de la scène, les make-up artists et les passionnés de maquillage dans le monde entier.

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Parme et acquise par le Groupe en 2001. À travers des fragrances et des produits de beauté empreints d'élégance, Acqua di Parma, symbole du savoir-faire et du savoir-vivre italiens, incarne un luxe discret.

Kendo est un incubateur de marques cosmétiques créé en 2010, qui regroupe aujourd'hui cinq marques : KVD Vegan Beauty, Marc Jacobs Beauty, Ole Henriksen, Bite Beauty et Fenty Beauty by Rihanna lancée en 2017. Elles sont principalement distribuées par Sephora.

Maison Francis Kurkdjian a été fondée en 2009 par Francis Kurkdjian, créateur de parfums renommé qui offre de nouveaux territoires d'expression au parfum à travers la création de son atelier de parfum sur mesure, ses collaborations artistiques et ses installations éphémères. Cette acquisition, réalisée en 2017, permet au Groupe de se positionner dans le domaine des parfums de niche en pleine expansion actuellement.

Patou, acquise par le Groupe en 2017, a été fondée par Jean Patou en 1914. La Maison, devenue une institution de la mode, a vu se succéder les designers Marc Bohan, Karl Lagerfeld, Jean Paul Gaultier et Christian Lacroix.

3.2 POSITION CONCURRENTIELLE

Au niveau mondial, les marques du Groupe ont bénéficié en 2019 d'une croissance supérieure à celle du marché, leur permettant ainsi d'accroître leur part de marché sur les principaux

marchés suivis avec des panels externes tels que le panel NPD ou le « Beauty Research sell-out panel ».

3.3 LA RECHERCHE

Innovation et recherche perpétuelle de performance sont au cœur de l'ADN des marques de Parfums et Cosmétiques du Groupe. Les marques du Groupe ont mutualisé leurs ressources dans le domaine de la recherche et développement dès 1997 avec un centre en commun à Saint-Jean-de-Braye (France), sur le site industriel de Parfums Christian Dior. Avec la création de Hélios il y a quelques années, LVMH Recherche a investi dans un nouveau centre de R&D, afin de développer ses activités dans des conditions optimales et de s'impliquer encore davantage dans des programmes scientifiques ambitieux. Situé en plein cœur de la Cosmetic Valley, Hélios accueille environ 270 chercheurs et plus de vingt métiers nécessitant des expertises pointues telles

que la biologie moléculaire et cellulaire, la dermatologie, ou l'ethnobotanique. Second pôle français de recherche cosmétique, l'équipe est composée de chercheurs, biologistes et formulateurs qui collaborent étroitement avec les plus prestigieuses universités du monde. Deux centres d'innovation, au Japon et en Chine, répondent aux besoins spécifiques des femmes asiatiques. Grâce à leurs connaissances des mécanismes cellulaires, les chercheurs ont mis à jour les cibles biologiques qui construisent la beauté et la jeunesse de la peau : protection des cellules souches cutanées, hydratation liée aux aquaporines, mécanismes de détoxification cutanée. Plus de 200 brevets couronnent leurs innovations.

3.4 PRODUCTION, SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE

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

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

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

3.5 DISTRIBUTION ET COMMUNICATION

La présence d'un large éventail de marques au sein du groupe d'activités génère des synergies et constitue une force sur le marché. L'effet de volume permet notamment l'achat d'espaces publicitaires à des tarifs compétitifs et la négociation de meilleurs emplacements dans les grands magasins. L'utilisation de services partagés par les filiales augmente l'efficacité des fonctions de support de distribution dans le monde et facilite l'expansion des marques les plus récentes. Ces économies d'échelle permettent d'investir davantage dans la création et la communication, qui sont deux facteurs clés de succès dans le secteur d'activités des Parfums et Cosmétiques.

L'excellence de la distribution est un axe clé pour les Maisons de Parfums et Cosmétiques. Elle passe par l'expertise et l'attention des conseillers, et par l'innovation dans les points de vente. Les produits des marques de Parfums et Cosmétiques du Groupe sont commercialisés principalement dans les circuits dits de « distribution sélective », par opposition à la grande distribution et à la parapharmacie, mais également pour certaines marques dans leurs propres boutiques.

Les produits de Parfums Christian Dior sont principalement distribués dans les enseignes de distribution sélective, telles Sephora, et les grands magasins. Les produits Guerlain sont

majoritairement distribués à travers son réseau de boutiques en propre, complété par un réseau de points de vente partenaires. En outre, son savoir-faire unique est mis en valeur dans les boutiques Guerlain Parfumeur qui proposent une immersion captivante dans l'univers de la Maison. Outre les ventes réalisées par ses soixante-dix-neuf boutiques exclusives à travers le monde, Benefit est actuellement distribuée dans une cinquantaine de pays à travers le monde. Les produits Make Up For Ever sont distribués dans des boutiques exclusives à Paris, New York, Los Angeles et Dallas, et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, en Europe, aux États-Unis, marchés développés en partenariat avec Sephora, mais aussi en Chine, en Corée du Sud et au Moyen-Orient. Aujourd'hui basée à Milan, Acqua di Parma s'appuie sur un réseau de distribution exclusif, dont ses boutiques en propre. Les marques de Kendo sont principalement distribuées par Sephora.

En réponse aux attentes des jeunes générations, à la recherche de singularité et à la demande d'une expérience physique et virtuelle unifiée, toutes les marques accélèrent la mise en œuvre de leurs dispositifs de vente en ligne et renforcent leurs initiatives et contenus digitaux. L'intégration d'outils digitaux se poursuit activement dans le but d'élever l'expérience client et de séduire de nouveaux consommateurs.



3.6 FAITS MARQUANTS 2019 ET PERSPECTIVES 2020

3.6.1 Faits marquants

L'activité Parfums et Cosmétiques réalise une croissance organique de 9% de ses ventes, portée par la dynamique remarquable de ses marques historiques. Les Maisons du Groupe réalisent de belles performances et profitent pleinement de la forte progression de la demande en Asie, en Chine en particulier. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 1% après prise en compte d'une dépréciation exceptionnelle de lignes de produits de certaines jeunes marques américaines.

Parfums Christian Dior poursuit son rythme de croissance supérieur à celui du marché, consolidant ainsi son leadership. Animée par la quête permanente d'excellence et de créativité de ses produits, la Maison est portée par la vitalité de ses lignes phares et le succès de ses innovations. Au-delà du déploiement progressif de *Joy*, troisième fragrance d'envergure mondiale, la performance des parfums féminins est soutenue par les lignes emblématiques : avec sa nouvelle eau de toilette, *Miss Dior* conforte son avance en Asie et *J'adore*, dont le succès ne se dément pas, poursuit son développement. Le parfum masculin *Sauvage* conserve une dynamique exceptionnelle dans toutes les régions et amplifie le leadership mondial acquis en 2018 avec le lancement de sa variation *Intense*. Avec une collection de parfums d'exception proposée dans des boutiques dédiées, *Maison Christian Dior* confirme son potentiel. Central dans chacune de ses créations, l'ancrage de la Maison à Grasse, berceau de la parfumerie, terroir d'exception pour ses domaines de fleurs à parfum et lieu de création de son maître parfumeur, renforce le rayonnement de la Maison. Le maquillage bénéficie du succès continu du rouge à lèvres *Rouge Dior* et de ses nouvelles déclinaisons et de la nouveauté *Dior Addict Stellar Shine*. La dynamique du fond de teint *Forever* et les avancées de la gamme *Dior Backstage*, inspirée par les produits utilisés lors des défilés de mode, activement partagés sur les réseaux sociaux, sont aussi à souligner. La croissance du soin est portée par l'Asie et par la forte demande pour les produits premium. *Prestige*, dont le cœur de gamme continue de progresser, réalise une croissance forte grâce à la nouvelle *Micro-Lotion de Rose* et à l'essor continu de la *Micro-Huile de Rose*.

Guerlain accélère sa croissance et réalise une excellente performance. Les lignes de soin *Orchidée Impériale* et *Abeille Royale*, pleinement adossées à l'engagement de Guerlain en termes de biodiversité et d'éco-conception, poursuivent leur croissance exceptionnelle. *Aqua Allegoria*, collection d'eaux fraîches qui magnifient les plus belles matières premières, connaît un très beau succès. Le maquillage est porté par le rouge à lèvres *Rouge G* et le nouveau fond de teint *L'Essentiel*. Forte de douze années d'un engagement environnemental et social « Au Nom de la Beauté », la Maison le porte plus loin en 2019 en lançant une plateforme de transparence et de traçabilité de ses créations et en signant un partenariat avec l'Unesco pour créer de nouvelles filières apicoles, contribuant ainsi à régénérer les cheptels d'abeilles dans le monde. L'engagement de Guerlain s'illustre dans un film et inspire une campagne média inédite en digital et en télévision.

Parfums Givenchy connaît une nouvelle année de forte progression de ses ventes, avec de très belles performances en Chine et en « travel retail ». Les principaux moteurs de cette croissance sont la ligne de rouges à lèvres *Le Rouge* et la poudre *Prisme Libre*. La Maison bénéficie également du grand succès en Europe de sa nouvelle fragrance *L'Interdit*, parfum emblématique créé en 1957 en hommage à Audrey Hepburn, incarné aujourd'hui par l'actrice Rooney Mara.

Chez **Kenzo Parfums**, la dynamique de *Flower by Kenzo* est soutenue par une nouvelle variante olfactive *Flower by Kenzo Eau de Vie*. **Benefit** renforce sa position aux États-Unis et au Royaume-Uni grâce au développement de sa gamme pour les sourcils, notamment les produits phares *Gimme Brow* et *Preciely*, et au succès de ses bars à sourcils. **Fresh** est en forte croissance avec un développement très dynamique en Chine où ses produits, issus de la fusion d'ingrédients naturels et de rituels traditionnels avec les avancées scientifiques actuelles, suscitent une demande soutenue. La Maison se renforce dans le domaine du soin premium avec *Crème Ancienne*, réinterprétation moderne d'une formule séculaire, et, dans la catégorie des essences, avec la lotion anti-pollution *Black Tea Kombucha*. Les ventes en ligne connaissent en particulier de belles progressions. **Make Up For Ever** réussit le lancement de son anti-cernes longue tenue au sein de sa gamme phare *Ultra-HD* et celui du fond de teint *Reboot* qui corrige les signes de fatigue. Confirmant son succès mondial, **Fenty Beauty by Rihanna** entame son expansion en Asie. La marque s'affirme sur de nouvelles catégories – correcteurs de teint déclinés en 50 teintes, gloss, poudres de soleil – et continue de créer l'événement sur les réseaux sociaux. **Acqua di Parma** connaît plusieurs temps forts en 2019 : la réouverture de son emblématique boutique milanaise avec un nouveau concept, la création d'une nouvelle gamme de parfums et bougies d'intérieur, le lancement de la collection de fragrances *Signature of the Sun*. En renouvelant son identité visuelle, **Perfumes Loewe** rajeunit son image et internationalise son audience. Le parfum *Loewe 001* connaît un succès sans précédent en Chine. **Maison Francis Kurkdjian** poursuit sa croissance dynamique, forte du succès de son parfum *Baccarat Rouge 540* et du lancement de *Gentle Fluidity*, deux variations olfactives différentes élaborées avec les mêmes ingrédients. **Ole Henriksen** se renforce aux États-Unis. La marque continue de séduire les jeunes Américaines avec sa gamme *Banana Bright* et suscite l'engouement sur les réseaux sociaux.

3.6.2 Perspectives

Dans un environnement compétitif, l'activité Parfums et Cosmétiques maintient son objectif de renforcement de ses parts de marché en s'appuyant sur la complémentarité et la dynamique de son portefeuille de marques. Les Maisons continueront de se concentrer sur leurs meilleurs vecteurs de croissance : excellence des produits, accélération de leur politique d'innovation, soutien en communication, activation digitale. **Parfums Christian Dior** innovera fortement dans toutes ses catégories de produits. Le soin connaîtra une intense actualité avec le relancement de

l'offre anti-âge autour du produit phare *Capture Totale Super Potent Serum* et une accélération du développement des soins premium avec *Prestige* et son produit de référence *Micro-Huile de Rose*. Parfum et maquillage seront portés par des initiatives fortes au sein des lignes phares. La Maison poursuivra aussi le développement de son réseau de boutiques et de sa présence digitale. **Guerlain** continuera à se renforcer en Chine, en France et au sein du « travel retail », ses marchés prioritaires, tout en progressant au Japon. Ses lignes phares bénéficieront d'un plan d'innovation et d'activation ambitieux dans toutes ses catégories de produits. La ligne de soin *Abeille Royale* célébrera ses dix ans.

Parfums Givenchy enrichira sa famille de parfums et poursuivra son expansion en maquillage avec de fortes innovations dans le domaine du teint. **Parfums Kenzo** célébrera les vingt ans de l'icône *Flower by Kenzo*. **Benefit** innovera avec un mascara à la technologie unique. **Fresh** poursuivra sa conquête de l'Asie et communiquera sur l'innovation de son soin hydratant *Super Lotus*. Chez **Make Up For Ever**, le relancement de *Rouge Artist* sera soutenu par une nouvelle communication. **Fenty Beauty by Rihanna** étendra son offre de maquillage pour les yeux. **Acqua di Parma** lancera une Cologne 100% naturelle. **Maison Francis Kurkdjian** poursuivra l'extension très sélective de sa distribution.

4. Montres et Joaillerie

En 2019, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 4 405 millions d'euros, soit 8% des ventes totales du groupe Financière Agache.

4.1 LES MARQUES DU GROUPE MONTRES ET JOAILLERIE

TAG Heuer, pionnier de l'horlogerie suisse depuis 1860, acquise par le Groupe en novembre 1999, conjugue innovations technologiques, chronométrage de précision et designs avant-gardistes pour donner naissance à des produits à la précision extrême. Les séries les plus réputées pour les montres et chronographes classiques et automatiques sont *Carrera*, *Aquaracer*, *Formula 1*, *Link* et *Monaco*. TAG Heuer a lancé en 2010 son premier mouvement développé et fabriqué dans sa manufacture et, en 2015, une montre connectée.

Hublot, marque fondée en 1980 et faisant partie du Groupe depuis 2008, a innové dès son origine en créant la première montre dotée d'un bracelet en caoutchouc naturel. Dotée d'un savoir-faire horloger de premier plan, la marque est reconnue pour son concept original de fusion de matériaux nobles et technologiques et pour son modèle iconique *Big Bang* né en 2005. En parallèle aux nombreuses déclinaisons de ce modèle, Hublot a lancé les gammes *Classic Fusion* et, plus récemment, *Spirit of Big Bang*.

Zenith, fondée en 1865 et implantée au Locle près du Jura suisse, a rejoint le Groupe en novembre 1999. Zenith appartient au cercle très restreint des manufactures horlogères. Le terme manufacture désigne, dans le monde de l'horlogerie, une entreprise qui assure intégralement la conception et la fabrication des mouvements mécaniques. Les deux mouvements phares de Zenith, le

chronographe *El Primero* et le mouvement *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque.

Bulgari, fondée en 1884, synonyme de créativité et d'excellence dans le monde entier, est unanimement reconnue comme l'un des acteurs majeurs de son secteur. La célèbre Maison italienne tient une place prééminente dans les domaines de la joaillerie, avec une réputation exceptionnelle pour son savoir-faire dans la combinaison des pierres de couleur et de l'horlogerie, de même qu'un rang significatif dans celui des parfums et des accessoires. Ses lignes iconiques comprennent *Serpenti*, *B.zero1*, *Diva* et *Octo*.

Chaumet, joaillier depuis 1780, maintient un savoir-faire prestigieux qui se reflète dans toutes ses créations, qu'il s'agisse de pièces de haute joaillerie, de collections de bijoux ou de montres. Ses lignes majeures sont *Joséphine* et *Liens*. Le Groupe a acquis Chaumet en 1999.

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

4.2 POSITION CONCURRENTIELLE

Le marché de la joaillerie est très fragmenté et se compose à la fois de quelques grands acteurs internationaux mais également de nombreuses marques indépendantes de tailles et de nationalités

très variées. Le Groupe, dont les marques sont présentes dans le monde entier, se positionne parmi les premiers groupes internationaux.



4.3 LA DISTRIBUTION

Le groupe d'activités, désormais largement déployé à l'international, bénéficie de la coordination et de la mise en commun de moyens administratifs, commerciaux et marketing. Un réseau de services après-vente multimarques afin d'améliorer la satisfaction de sa clientèle a été progressivement mis en place à travers le monde. Montres et Joaillerie dispose d'une organisation territoriale couvrant tous les marchés européens, le continent américain, le Nord de l'Asie, le Japon et la région Asie-Pacifique.

Le pôle d'activités met l'accent sur la qualité et la productivité des réseaux de distribution ainsi que le développement des ventes en ligne. Dans le domaine de la distribution multimarques,

cet objectif se traduit par une grande sélectivité dans le choix des détaillants et la construction de relations de partenariat pour qu'ils soient d'excellents ambassadeurs des marques auprès du client final. Tout aussi sélectif, le développement des boutiques en propre, rénovations et nouvelles ouvertures, se poursuit sur les marchés porteurs, dans des villes clés.

Le réseau de boutiques des marques de Montres et Joaillerie compte 457 boutiques en propre fin 2019, situées dans des emplacements prestigieux des plus grandes villes du monde. Le groupe Montres et Joaillerie a également développé un réseau de franchises.

4.4 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE

Pour l'horlogerie, une coordination industrielle a été mise en place par l'utilisation de ressources communes, en particulier pour la conception de prototypes, et par un partage des meilleures méthodes en matière d'investissements, d'amélioration de la productivité et de négociation des conditions d'achat auprès des fournisseurs. Pour la joaillerie un contrôle centralisé des diamants a été introduit ainsi qu'une coopération technique entre Maisons pour le développement de nouveaux produits.

Grâce à ses ateliers et manufactures suisses, situés au Locle, à La Chaux-de-Fonds, à Neuchâtel, à Cornol, à Tramelan, au Sentier, à Chevenez et à Nyon, le Groupe assure une grande partie de l'assemblage des montres et chronographes vendus sous les marques TAG Heuer, Hublot, Zenith, Bvlgari, Montres Dior, Chaumet et Fred, la conception et fabrication de mouvements mécaniques notamment *El Primero* et *Elite* de Zenith, le *Heuer 01* de TAG Heuer, l'*UNICO* de Hublot et le *Solotempo* de Bvlgari

ainsi que la fabrication d'une partie des composants critiques que sont les cadrans, les boîtes et les bracelets. La Manufacture de Zenith au Locle a fait l'objet d'une rénovation majeure en 2012. En 2013, TAG Heuer a inauguré une nouvelle manufacture de mouvements à Chevenez et en 2015 Hublot s'est doté d'une deuxième manufacture sur son site de Nyon.

Bvlgari a ouvert, fin 2016, une manufacture joaillière en Italie, à Valenza et a inauguré en 2019 une nouvelle manufacture d'habillage dans le Jura suisse. La Maison exploite également un atelier de haute joaillerie à Rome.

Globalement, dans les activités horlogères et joaillières, la sous-traitance représente en 2019 environ 20 % du coût des ventes.

Bien que le groupe Montres et Joaillerie ait parfois recours à des tiers pour le dessin de ses modèles, ceux-ci sont le plus souvent élaborés dans ses propres bureaux d'études.

4.5 FAITS MARQUANTS 2019 ET PERSPECTIVES 2020

4.5.1 Faits marquants

L'excellente dynamique de la joaillerie entraîne des gains de parts de marché et concourt tout particulièrement à la croissance du pôle Montres et Joaillerie. Les avancées des Maisons s'appuient sur la vitalité de leurs lignes emblématiques, la force de leurs innovations et les bonnes performances de leurs boutiques en propre.

Bvlgari poursuit son beau parcours et continue d'accroître ses parts de marché. La joaillerie est portée par l'énergie créative et le rayonnement international de la Maison. Les lignes iconiques *Serpenti*, *B.Zero1* et *Diva's Dream* s'enrichissent de nombreuses nouveautés et la ligne *Flower*, lancée fin 2018, combinant fleur et diamant, contribue significativement à la croissance. Le vingtième anniversaire de la bague *B.Zero1*, dont le design s'inspire de la géométrie du Colisée de Rome, suscite une exposition à Milan

et la création de nouvelles variantes de bagues et bracelets. La collection de haute joaillerie *Cinemaqia*, présentée lors d'événements organisés en plusieurs villes du monde, illustre la créativité et le savoir-faire unique de Bvlgari, ainsi que ses liens avec le 7^e art. En horlogerie, une nouvelle manufacture d'habillage est inaugurée dans le Jura suisse. Les modèles *Octo Finissimo Chrono GMT* et *Serpenti Misteriosi Roma* ont remporté deux nouveaux prix au Grand Prix d'horlogerie de Genève. La montre *Serpenti Seduttori*, lancée au cours de l'été, reçoit immédiatement un excellent accueil. La maroquinerie connaît un temps fort avec le lancement du sac *Serpenti Through The Eyes of Alexander Wang* à New York tout comme la capsule *Fujiwara* à Tokyo. Au Castel Sant'Angelo de Rome, une exposition met en scène une remarquable rétrospective de créations joaillières de la Maison autour de robes de haute couture. Le plan d'amélioration du réseau de boutiques se poursuit avec des rénovations à Monaco, Macao, Melbourne, Taïpeh et

Toronto et des ouvertures à Ibiza, Copenhague et au Bon Marché à Paris. De nombreux espaces éphémères complètent et animent ce réseau. Déjà membre certifié du Responsible Jewellery Council, Bvlgari a défini en 2019 un programme de Due Diligence pour l'approvisionnement responsable en diamants. La Maison a pour objectif d'en partager les critères avec ses fournisseurs de diamants, en accord avec les orientations de Diligence Reasonnable de l'OCDE pour les chaînes d'approvisionnement en minéraux provenant de zones de conflit et à haut risque.

TAG Heuer continue de renforcer ses lignes phares, *Carrera*, *Aquaracer* et *Formula 1*, avec de nouveaux modèles et des séries spéciales. Parmi les nouveautés, la *Carrera Calibre TAG Heuer 02T Nanograph* intègre un spiral en carbone, innovation de pointe de la Maison. Une version *Golf* vient compléter la gamme de montres connectées. TAG Heuer célèbre les cinquante ans de l'emblématique *Monaco* par des éditions limitées ainsi que la création de cinquante coffrets exclusifs réservés aux collectionneurs de la marque. Le réseau de boutiques bénéficie de rénovations et d'ouvertures, notamment à Tokyo, Shanghai, Moscou, Madrid ou Toronto. Parallèlement, la Maison poursuit le travail engagé avec ses partenaires distributeurs pour une présence toujours plus sélective et une meilleure efficacité commerciale. Son équipe d'ambassadeurs et ses contrats dans le domaine sportif permettent de développer la visibilité de la marque auprès de sa clientèle cible et sa présence très active sur les réseaux sociaux. La Maison renforce cette année sa relation avec le championnat de Formule E, dont elle est partenaire fondateur, avec la nouvelle équipe TAG Heuer Porsche Formula E Team. La Maison met également en place un partenariat avec l'ONG Wasser Fur Wasser afin de participer au financement de projets visant l'accès à l'eau potable dans le monde.

Hublot poursuit une forte croissance, nourrie par les lignes *Classic Fusion* et *Big Bang* et par la contribution de *Spirit of Big Bang*, désormais troisième pilier de la marque. Dans chaque ligne, de nouveaux modèles originaux ou très techniques illustrent l'art de la fusion, essence de la Maison, et sa créativité audacieuse. Parmi ces créations, le modèle *MP-11 14 Day-Power Reserve Green Saxon*, innovation à la fois technique et esthétique, se pare d'un matériau vert profond, extrêmement brillant et résistant, inédit en horlogerie : le saxem. De nouvelles boutiques ouvertes à Hong Kong, Monaco et Rome viennent renforcer le réseau en propre, premier contributeur à la croissance des ventes. La notoriété de Hublot est servie par une communication associant partenariats prestigieux, forte activité digitale, événements sportifs et culturels. La Maison bénéficie en 2019 de la visibilité de la Coupe du Monde féminine de football dont elle est le chronométré officiel.

Tout en développant ses collections emblématiques, *Chronomaster*, *Pilot* et *Elite*, **Zenith** complète le lancement de sa ligne *Defy* avec le modèle *Inventor*. La Maison célèbre le cinquantième anniversaire du légendaire mouvement *El Primero*. Elle poursuit la consolidation de son organisation tout en bénéficiant des synergies offertes par les autres Maisons horlogères de LVMH.

La croissance de **Chaumet** est portée par les collections iconiques *Liens*, *Joséphine* et *Bee my Love*. Chacune s'enrichit de nouvelles créations : les déclinaisons de bagues de fiançailles *Splendeur Impériale* et *Éclat d'Éternité*, les colliers *Bee my Love* ou encore les nouveautés *Liens d'Amour* et *Jeux de Liens*. Une ligne de montres inédite, *Boléro*, est aussi lancée au cours de l'année. Avec sa collection de haute joaillerie *Les Cielles de Chaumet*, la Maison met en lumière sa créativité et la virtuosité de ses artisans, tout en célébrant ses liens de toujours avec le monde des arts. Au Forum Grimaldi à Monaco, l'exposition « Chaumet en Majesté », qui retrace l'histoire des parures des souveraines depuis 1780, rassemble des pièces rares, prêts de musées, de grandes familles et de cours royales, certaines dévoilées pour la première fois au public. Le site historique de la place Vendôme est en cours de rénovation. De nouvelles boutiques sont ouvertes à Madrid, Monaco et Séoul.

Fred appuie sa croissance sur la ligne *Force 10* et la nouvelle collection *890*. La Maison inaugure des boutiques à Sydney, Taïpei et Shanghai.

Le 25 novembre 2019, LVMH a annoncé avoir conclu un accord avec la Maison iconique américaine de joaillerie **Tiffany**, en vue de son acquisition. La clôture de l'opération est prévue pour le milieu de l'année 2020.

4.5.2 Perspectives

Dans un contexte d'incertitudes géopolitiques persistantes, le groupe Montres et Joaillerie maintient son ambition de gains de parts de marché et le ciblage rigoureux de ses investissements. Grâce au talent de leurs artisans et à leur forte capacité d'innovation, les Maisons horlogères et joaillères continueront de renouveler et d'enrichir leurs lignes emblématiques, tout en lançant de nouvelles collections dans un souci constant de créativité allié à l'excellence de leurs produits et de leurs filières d'approvisionnement. Elles continueront à renforcer leur visibilité dans les régions clés à travers le monde et dans le domaine digital, via des événements et des partenariats sélectifs. La même sélectivité s'appliquera dans la poursuite du développement des réseaux de distribution. **Bvlgari** ouvrira son nouveau flagship parisien, place Vendôme, et poursuivra le programme d'extension de son réseau en Chine. **Hublot** renforcera sa présence en Chine, en Australie et aux États-Unis. **TAG Heuer** célébrera en 2020 ses 160 ans. Une nouvelle version de sa montre connectée sera dévoilée et de nouveaux modèles viendront enrichir la ligne *Carrera*. **Chaumet** inaugurera, début 2020, son site emblématique de la place Vendôme totalement rénové et poursuivra le développement de son nouveau concept de boutiques. Le début d'année verra également, à l'hôtel Bvlgari de Dubaï, le premier salon des Maisons horlogères de LVMH, nouveau vecteur de visibilité en complément de leur participation au salon horloger de Bâle. Enfin, l'année 2020 sera marquée par l'arrivée de la prestigieuse **Maison Tiffany** qui va considérablement renforcer le pôle d'activités dans un secteur très dynamique offrant de belles perspectives.



5. Distribution sélective

En 2019, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 14 791 millions d'euros, soit 28 % des ventes totales du groupe Financière Agache.

5.1 L'ACTIVITÉ « TRAVEL RETAIL »

DFS

Duty Free Shoppers (« DFS »), qui a rejoint le Groupe en 1997, est le pionnier et le leader mondial de la vente de produits de luxe aux voyageurs internationaux. Son activité est très liée aux cycles du tourisme.

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

En lien avec le « travel retail », DFS a également développé ses boutiques *Galleria* de centre-ville, qui assurent aujourd'hui plus de 60 % de ses ventes. D'une superficie de 6 000 à 12 000 mètres carrés environ, les vingt *Gallerias* de DFS sont implantées dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique, aux États-Unis, au Japon, et en Europe, avec la *T Fondaco dei Tedeschi* inaugurée en 2016 à Venise en Italie. Chacune associe en un même lieu, à proximité des hôtels où

séjournent les voyageurs, deux espaces commerciaux différents et complémentaires : une offre généraliste de produits de luxe (parfums et cosmétiques, mode et accessoires...) et une galerie de boutiques de grandes marques appartenant ou non au groupe Financière Agache (Louis Vuitton, Hermès, Bvlgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Celine...).

Tout en poursuivant le développement de ses *Gallerias*, DFS maintient son intérêt stratégique pour les concessions d'aéroports si celles-ci sont remportées ou renouvelées dans de bonnes conditions économiques. DFS est actuellement présent dans une quinzaine d'aéroports internationaux situés en Asie-Pacifique, aux États-Unis, au Japon et à Abu Dhabi.

Starboard Cruise Services

Starboard Cruise Services, dont l'acquisition a été réalisée par le Groupe en 2000, est une société américaine fondée en 1958, leader mondial de la vente de produits de luxe hors taxes à bord des navires de croisière. Elle fournit ses services à environ 80 bateaux représentant plusieurs compagnies maritimes. Elle édite, en outre, des revues touristiques, des catalogues et fiches publicitaires disponibles à bord des navires.

5.2 L'ACTIVITÉ « SELECTIVE RETAIL »

Sephora

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

Depuis son acquisition par le Groupe en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouvelles boutiques et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie. En Europe, Sephora est implantée dans seize pays. Le concept de Sephora a traversé l'Atlantique en 1998, avec une forte présence aux États-Unis, un site internet, sephora.com, et un réseau au Canada. Sephora est implantée en Chine depuis 2005. L'enseigne est également présente au Moyen-Orient, en Amérique latine, en Russie avec des magasins en propre, mais aussi via l'enseigne de distribution de parfums et

cosmétiques Ile de Beauté, détenue à 100 % depuis 2016, et en Asie du Sud-Est, notamment via l'acquisition en 2015 du site de e-commerce Luxola, présent dans huit pays d'Asie du Sud-Est.

Sephora se situe à l'avant-garde de la transformation qui s'opère en distribution avec l'inexorable montée en puissance de la digitalisation. S'appuyant sur la complémentarité entre commerce physique et digital et sur sa présence forte sur les réseaux sociaux, l'enseigne multiplie les points de contact et les occasions de complicité avec ses clients. Avec ses sites internet, ses boutiques digitalisées, les applications mobiles au service de ses clients et de ses conseillers, la Maison conçoit une expérience de la beauté omnicanale, toujours plus innovante et personnalisée, offrant interactivité, fluidité et flexibilité dans le parcours d'achat.

Le Bon Marché

Le Bon Marché Rive Gauche, premier grand magasin au monde à avoir vu le jour, ouvre ses portes en 1852, sous l'impulsion d'Aristide Boucicaut. À la fois précurseur et prescripteur, Le Bon Marché Rive Gauche présente une sélection de marques pointue et exclusive, au cœur d'un concept architectural fort. Les clients internationaux à la recherche d'une véritable expérience

parisienne y côtoient une clientèle française attachée à l'esprit singulier du lieu et à la qualité du service. Unique grand magasin de la rive gauche à Paris, il a été acquis par le Groupe en 1984.

La Grande Épicerie de Paris

La nouvelle **Grande Épicerie de Paris**, inaugurée fin 2013, est un concept d'épicerie très ambitieux. La Grande Épicerie de Paris propose à ses clients une expérience gourmande unique,

servie par le savoir-faire de ses artisans, de ses architectes et des artistes choisis pour ce projet, afin de devenir un lieu incontournable de la gastronomie. La Grande Épicerie de Paris, historiquement installée au rez-de-chaussée du Bon Marché, est également présente depuis 2017 rue de Passy dans le XVI^e arrondissement de Paris, dans les anciens locaux de Franck et Fils.

5.3 POSITION CONCURRENTIELLE

À la suite de la récente consolidation du marché, DFS est le quatrième opérateur en « travel retail » (selon une étude Bain réalisée sur la base de données à fin 2016). Aux États-Unis, Sephora est leader du marché depuis le premier trimestre 2016, et continue sa progression depuis lors. En France, où le marché

de la Beauté Prestige (hors e-commerce) décline de 1,1 % en 2019 par rapport à 2018 (données NPD Brick and Mortar fin décembre 2019), Sephora améliore légèrement sa part de marché. Par ailleurs, Sephora continue de gagner des parts de marché au Moyen-Orient et au Canada où elle est leader depuis 2015.

5.4 FAITS MARQUANTS 2019 ET PERSPECTIVES 2020

5.4.1 Faits marquants

La croissance organique de 5 % des ventes de Distribution sélective est portée par la forte dynamique de Sephora tandis que DFS témoigne d'une bonne résistance grâce à la demande soutenue des voyageurs internationaux, compensant en partie le fort ralentissement observé à Hong Kong sur la seconde partie de l'année.

Sephora connaît à nouveau une forte croissance de ses ventes et poursuit ses gains de parts de marché. L'Asie, la plupart des pays européens, le Moyen-Orient et l'Amérique latine sont particulièrement dynamiques et les ventes en ligne progressent fortement sur le plan mondial. La Maison continue de cultiver proximité et complicité avec sa clientèle et de développer son offre de nouveautés et exclusivités dans toutes les catégories de produits. Elle réalise ses meilleures performances dans le domaine du soin. Sephora poursuit l'expansion de son réseau avec 110 ouvertures en 2019, notamment de magnifiques boutiques phares, aménagées au nouveau concept, à Hudson Yards (New York) et China World (Pékin), et inaugure sa présence en Corée du Sud au mois d'octobre. Autres temps forts, la rénovation et l'agrandissement des boutiques emblématiques de Dubaï Mall, Times Square à New York et La Défense à Paris. Sephora continue d'innover en digital et capitalise sur ses synergies omnicanales pour toujours mieux servir ses clients et leur offrir la meilleure expérience de la beauté. De nouveaux programmes de communication renforcent l'image de la Maison, notamment la campagne « We Belong To Something Beautiful » en Amérique du Nord. Sephora continue aussi d'accroître et d'animer sa communauté de clients fidèles en proposant toujours davantage de services et de personnalisation.

Après un début d'année très dynamique, marqué notamment par de belles performances durant les périodes clés du Nouvel An chinois et de la Golden Week, DFS fait face, à partir du mois de juillet, au ralentissement de l'activité touristique à Hong Kong. S'appuyant sur la dynamique des autres destinations et sur l'amélioration continue de son offre en fonction des particularités

de chacun de ses marchés, la Maison fait face à ce ralentissement. Les sites opérés au sein des destinations long-courriers d'Australie et Nouvelle-Zélande et le *T Fondaco dei Tedeschi* à Venise voient leur fréquentation augmenter significativement et DFS y réalise d'excellentes performances. L'activité à Macao progresse également grâce à la clientèle des voyageurs de Chine continentale. Après Venise, Chengdu, Pékin et Macao en 2018, le programme événementiel « Masters of Time », présentant une prestigieuse collection de montres et joaillerie, fait escale à Sydney et Hawaï. Deux nouvelles *T Gallerias* sont ouvertes à Macao, ce qui porte à sept leur nombre sur l'île, et une quatrième est inaugurée à Hong Kong. DFS réalise de fortes avancées en digital avec le développement significatif de son offre de produits en ligne.

Starboard Cruise Services renforce sa présence en Asie sur des lignes de croisière régionales, notamment grâce à un partenariat clé avec DFS pour le lancement des premières *T Gallerias* à bord de navires prestigieux. La Maison consolide aussi son expertise sur ses marchés historiques, Caraïbes et Méditerranée.

Le Bon Marché poursuit sa progression, porté par le caractère unique de sa sélection de marques et produits, la beauté de ses espaces et la qualité de son accueil. Pour le grand magasin de la rive gauche parisienne, ces atouts continuent de créer la différence auprès de la clientèle française et internationale et son programme de fidélité connaît un vif succès. Le premier semestre est animé par une exposition de l'artiste portugaise Joana Vasconcelos et par l'événement « Geek mais chic », expérience de shopping associant innovations numériques et découvertes immersives avec le concours de marques de mode, beauté et décoration. Le Bon Marché ouvre en juin ses « salons particuliers », dédiés au stylisme, un service très apprécié de la clientèle. L'automne est marqué par l'exposition « So Punk Rive Gauche » qui célèbre joyeusement l'esprit punk et le réinterprète avec une sophistication très parisienne. Bénéficiant désormais de sa double implantation sur les deux rives de la Seine, La Grande Épicerie de Paris voit sa fréquentation augmenter. La plate-forme digitale 24 Sèvres devient 24S pour accompagner l'internationalisation de sa clientèle.



5.4.2 Perspectives

Sephora continuera en 2020 de proposer à ses clients la meilleure expérience, physique ou digitale, dans le domaine de la beauté, à travers ses boutiques toujours plus expérientielles et ses sites de vente en ligne. L'accent portera sur les vecteurs traditionnels de sa réussite : la recherche de marques exclusives, l'innovation, la personnalisation, une offre de services uniques apportés par des équipes expertes et très engagées. La Maison a pour ambition d'accélérer sa croissance dans le domaine des produits de soin, catégorie bénéficiant d'une forte dynamique, de renforcer son avance en digital et de poursuivre l'expansion de son réseau de boutiques. DFS aborde l'année 2020 avec la plus grande vigilance

compte tenu de la persistance de la situation à Hong Kong. La Maison se concentre sur la diversification de ses implantations. Elle se prépare aussi activement à saisir d'autres opportunités de développement en Asie, en déployant son expertise à bord de navires de croisière de grande capacité. DFS continuera de développer ses initiatives digitales. **Le Bon Marché** continuera de cultiver sa différence, la créativité et l'exclusivité de son offre, son double profil de grand magasin prescripteur et de lieu d'art et de culture dans ses espaces physiques et sur sa plate-forme digitale 24S. La Grande Épicerie de Paris accentuera la politique d'animations exclusives qui renforcent son attractivité et fidélisent sa clientèle de chaque côté de la Seine.

6. Autres activités

Groupe Les Echos

Le groupe Financière Agache a acquis le groupe **Les Echos** en 2007. Le groupe Les Echos comprend *Les Echos*, premier quotidien économique en France, *LesEchos.fr*, premier site internet économique en France, le magazine *Enjeux-Les Echos*, ainsi que d'autres services économiques spécialisés. En outre, le groupe Les Echos réunit plusieurs titres de la presse économique et culturelle antérieurement détenus directement par le Groupe : *Investir – Le journal des finances*, né de la fusion en 2011 des titres *Investir* et *Le Journal des Finances*, *Connaissance des Arts*, ainsi que la station de radio française *Radio Classique*. Le groupe Les Echos est également présent dans le domaine de la presse professionnelle, avec les titres édités par SID Presse, et du service aux entreprises, avec notamment *Les Echos Formation*, *Les Echos Conférences*, *Le Salon des Entrepreneurs*, et les études *Eurostaf*. Depuis fin 2015, Les Echos intègre également le quotidien *Le Parisien* ainsi que son magazine *Aujourd'hui en France*.

La Samaritaine

La Samaritaine est un ensemble immobilier situé au cœur de Paris, en bordure de Seine. Il était constitué d'un grand magasin et d'immeubles locatifs de bureaux et commerces jusqu'en 2005, date de fermeture du grand magasin pour raisons de sécurité. Il fait l'objet d'un projet de rénovation d'envergure qui s'inscrit dans une démarche environnementale innovante et place la mixité, chère aux fondateurs du grand magasin, au cœur de sa raison d'être. Plusieurs activités seront ainsi regroupées au sein des bâtiments répartis sur deux îlots entre le quai du Louvre et la rue de Rivoli : un grand magasin, un palace Cheval Blanc, 96 logements sociaux, une crèche et des bureaux.

Royal Van Lent

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

LVMH Hotel Management

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

Belmond

Fondé en 1976, avec l'acquisition de l'hôtel Cipriani à Venise, **Belmond** a été précurseur dans le tourisme de luxe. Depuis plus de quarante ans, la Maison s'attache à proposer à ses clients des escapades et expériences uniques, dans des lieux inspirants. Belmond dispose d'un large portefeuille d'hôtels, de trains, de croisières et de safaris, conciliant héritage, savoir-faire, authenticité et sens du service.

Le Jardin d'Acclimatation

Symbole du Paris moderne imaginé par l'Empereur Napoléon III et inauguré en 1860, le **Jardin d'Acclimatation** est le premier parc d'attractions et de loisirs créé en France. Le Groupe en détient la concession depuis 1984. À la suite du renouvellement de cette concession en 2016, un ambitieux projet de modernisation a été entrepris, conduisant à la réouverture d'un Jardin entièrement rénové en juin 2018.

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

3. COMMENTAIRES SUR LES RÉSULTATS ET LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉS

1.	Commentaires sur l'activité et la situation financière	28
1.1	Commentaires sur le compte de résultat consolidé	28
1.2	Commentaires sur le bilan consolidé	34
1.3	Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée	36
2.	Éléments de politique financière	37
3.	Investissements opérationnels	38
3.1	Dépenses de communication et promotion	38
3.2	Frais de recherche et développement	38
3.3	Investissements industriels et dans les réseaux de distribution	38
4.	Principaux établissements et propriétés foncières	39
4.1	Production	39
4.2	Distribution	41
4.3	Établissements administratifs et immeubles locatifs	42
5.	Événements postérieurs à la clôture	42
6.	Évolutions récentes et perspectives	42



1. Commentaires sur l'activité et la situation financière

1.1 COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1.1.1 Analyse des ventes

<i>(en millions d'euros et en pourcentage)</i>	1 ^{er} semestre 2019	2 ^e semestre 2019	Année 2019
Ventes	25 082	28 589	53 671
Croissance à taux courants	16 %	14 %	15 %
Croissance organique	12 %	9 %	10 %
Variations de périmètre	-	2 %	1 %
Évolution des parités monétaires ^(a)	4 %	3 %	3 %

(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 33.

Les ventes de l'exercice 2019 s'élèvent à 53 671 millions d'euros, en hausse de 15 % à taux courants par rapport à l'exercice précédent. Elles ont bénéficié de la hausse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de +5 % pour le dollar US.

La principale évolution du périmètre des activités consolidées depuis le 1^{er} janvier 2018 concerne l'intégration de 100 % du groupe hôtelier Belmond dans le pôle Autres activités à compter du mois d'avril 2019 ; cette intégration a une incidence positive de 1 point sur l'évolution des ventes de l'exercice.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 10 %.

Ventes par devise de facturation

<i>(en pourcentage)</i>	2019	2018	2017
Euro	22	22	23
Dollar US	29	29	30
Yen japonais	7	7	7
Hong Kong dollar	5	6	6
Autres devises	37	36	34
TOTAL	100	100	100

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation varie peu par rapport à l'exercice précédent : les poids de l'euro, du dollar US et du yen japonais restent stables respectivement

à 22 %, 29 % et 7 %. Le poids du Hong Kong dollar baisse de 1 point à 5 % tandis que celui des autres devises augmente de 1 point pour s'établir à 37 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2019	2018	2017
France	9	10	10
Europe (hors France)	19	19	19
États-Unis	24	24	25
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	30	29	28
Autres marchés	11	11	11
TOTAL	100	100	100

Par zone géographique, on constate une hausse de 1 point du poids relatif dans les ventes du Groupe de l'Asie (hors Japon) pour s'établir à 30 %, tandis que la France, à 9 %, baisse de 1 point.

Les poids relatifs des États-Unis, de l'Europe (hors France), du Japon et des autres marchés restent stables, respectivement à 24 %, 19 %, 7 % et 11 %.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Vins et Spiritueux	5 576	5 143	5 084
Mode et Maroquinerie	22 237	18 455	16 519
Parfums et Cosmétiques	6 835	6 092	5 560
Montres et Joaillerie	4 405	4 123	3 805
Distribution sélective	14 791	13 646	13 311
Autres activités et éliminations	(173)	(628)	(612)
TOTAL	53 671	46 831	43 667

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie plus sensiblement. Le poids de la Mode et Maroquinerie augmente de 2 points pour s'établir à 41 % tandis que celui de la Distribution sélective baisse de 1 point à 28 %. Les poids des Montres et Joaillerie et des Vins et Spiritueux baissent de 1 point chacun pour représenter 8 % et 10 % ; le poids des Parfums et Cosmétiques reste stable à 13 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 8 % en données publiées. Bénéficiant d'un effet de change positif de 2 points, les ventes de ce groupe d'activités sont en hausse de 6 % à taux de change et périmètre comparables. La croissance des champagnes et vins est de 6 % en données publiées et 4 % à taux de change et périmètre comparables, celle des cognacs et spiritueux est de 11 % en données publiées et de 7 % à taux de change et périmètre comparables. Ces performances sont tirées pour une large part par la hausse des prix ainsi que par la progression des volumes. La demande reste toujours très dynamique aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine, cette dernière maintenant son rang de deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 17 %, pour 20 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités bénéficie des très fortes dynamiques

enregistrées par Louis Vuitton et Christian Dior Couture, mais également par les marques Loewe, Rimowa, Loro Piana et Fendi qui confirment leur potentiel de forte croissance.

Les ventes des activités Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 9 % à taux de change et périmètre comparables et de 12 % en données publiées. Ces performances confirment l'efficacité de la stratégie de valeur fermement maintenue par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a sensiblement augmenté son chiffre d'affaires en Asie, notamment en Chine.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 3 % à taux de change et périmètre comparables, et de 7 % en données publiées. Cette branche d'activité bénéficie de la poursuite du fort dynamisme de Bvlgari et de Hublot. TAG Heuer poursuit son repositionnement. L'Asie et l'Europe constituent les zones les plus dynamiques.

Les ventes des activités de Distribution sélective sont en hausse de 5 % à taux de change et périmètre comparables et de 8 % en données publiées. Cette performance est tirée par Sephora dont les ventes progressent sensiblement dans toutes les régions du monde et dans une moindre mesure, par DFS qui fait face au ralentissement de l'activité à Hong Kong en s'appuyant sur la dynamique des autres destinations.



1.1.2 Résultat opérationnel courant

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018 ⁽¹⁾	2017 ⁽¹⁾
Ventes	53 671	46 831	43 667
Coût des ventes	(18 126)	(15 630)	(15 106)
Marge brute	35 545	31 201	28 561
Charges commerciales	(20 206)	(17 752)	(16 958)
Charges administratives	(3 880)	(3 472)	(3 254)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	28	23	-
Résultat opérationnel courant	11 487	10 000	8 349
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	21,4	21,4	19,1

La norme IFRS 16 relative aux contrats de location a été mise en œuvre à compter du 1^{er} janvier 2019. En conformité avec la norme, les données des exercices 2018 et 2017 n'ont pas été retraitées.

La marge brute du Groupe s'élève à 35 545 millions d'euros, en hausse de 14 % par rapport à 2018. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 66 %, en baisse de 0,4 point par rapport à 2018.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 20 206 millions d'euros, sont en hausse de 14 % en données publiées et de 10 % à taux de change et périmètre comparables. Cette augmentation

provient principalement du développement des réseaux de distribution, mais aussi du renforcement des investissements en communication notamment dans les Parfums et Cosmétiques. Le niveau de ces charges exprimé en pourcentage des ventes reste stable à 38 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 12 % des ventes et sont en augmentation de 11 % à taux de change et périmètre comparables.

Les charges administratives s'élèvent à 3 880 millions d'euros, en hausse de 12 %. Elles représentent 7 % des ventes, un niveau stable par rapport à celui de 2018.

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

<i>(en nombre de boutiques)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
France	535	514	508
Europe (hors France)	1 177	1 153	1 156
États-Unis	829	783	754
Japon	427	422	412
Asie (hors Japon)	1 453	1 289	1 151
Autres marchés	494	431	393
TOTAL	4 915	4 592	4 374

(1) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2019	2018 ⁽¹⁾	2017 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	1 729	1 629	1 558
Mode et Maroquinerie	7 344	5 943	5 022
Parfums et Cosmétiques	683	676	600
Montres et Joaillerie	736	703	512
Distribution sélective	1 395	1 382	1 075
Autres activités et éliminations	(400)	(333)	(418)
TOTAL	11 487	10 000	8 349

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 11 487 millions d'euros, en hausse de 15 %. Retraité de l'impact positif de 155 millions d'euros lié à la première application de la

norme IFRS 16, cette hausse s'élève à 13 %. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes du Groupe s'élève à 21,4 %, stable par rapport à 2018.

Vins et Spiritueux

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Ventes	5 576	5 143	5 084
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	1 729	1 629	1 558
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	31,0	31,7	30,6

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 729 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport à 2018. La part des champagnes et vins représente 690 millions d'euros et celle des cognacs et spiritueux 1 039 millions

d'euros. Cette performance résulte à la fois de l'augmentation des ventes en volume et d'une politique de hausse de prix soutenue. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de cette activité baisse de 0,7 point à 31,0 %.

Mode et Maroquinerie

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Ventes	22 237	18 455	16 519
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	7 344	5 943	5 022
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	33,0	32,2	30,4

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 7 344 millions d'euros, en hausse de 24 % par rapport à 2018, et en hausse de 23 % retraité de l'impact positif lié à la première application de la norme IFRS 16. Louis Vuitton maintient un niveau de rentabilité exceptionnel tout en poursuivant sa politique d'investissements soutenus. Christian

Dior Couture réalise une performance excellente, tandis que Loewe, Loro Piana, Rimowa et Fendi confirment leur dynamique de croissance. Les autres marques de mode continuent de se renforcer. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 0,8 point et s'établit à 33,0 %.

(1) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

**Parfums et Cosmétiques**

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Ventes	6 835	6 092	5 560
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	683	676	600
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	10,0	11,1	10,8

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 683 millions d'euros, en hausse de 1 % par rapport à 2018. Cette hausse est tirée par Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy qui améliorent leur résultat

grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1,1 point à 10,0 %.

Montres et Joaillerie

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Ventes	4 405	4 123	3 805
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	736	703	512
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	16,7	17,1	13,5

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Montres et Joaillerie est de 736 millions d'euros, en hausse de 5 % par rapport à 2018, et en hausse de 3 % retraité de l'impact positif lié à la première application de la norme IFRS 16. Cette augmentation

provient des bonnes performances de Bvlgari et Hublot. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes diminue de 0,4 point pour s'établir à 16,7 %.

Distribution sélective

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Ventes	14 791	13 646	13 311
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	1 395	1 382	1 075
Taux de marge opérationnelle courante (en %)	9,4	10,1	8,1

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 1 395 millions d'euros, en hausse de 1 % par rapport à 2018, et en baisse de 6 % retraité de l'impact positif lié à la première application de la norme IFRS 16. Cette performance est tirée par Sephora qui réalise de bons résultats, tandis que DFS doit faire face à la situation à Hong Kong. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes de ce groupe d'activités diminue de 0,7 point et s'établit à 9,4 %.

Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 400 millions d'euros, en dégradation par rapport à 2018. 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.

(1) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

1.1.3 Autres éléments du compte de résultat

(en millions d'euros)	2019	2018 ⁽¹⁾	2017 ⁽¹⁾
Résultat opérationnel courant	11 487	10 000	8 349
Autres produits et charges opérationnels	(231)	(126)	(179)
Résultat opérationnel	11 255	9 874	8 170
Résultat financier	(615)	(441)	(140)
Impôt sur les bénéfices	(2 966)	(2 528)	(2 266)
Résultat net avant part des minoritaires	7 674	6 905	5 764
Part des minoritaires	(4 888)	(4 406)	(3 774)
Résultat net, part du Groupe	2 786	2 499	1 990

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de 231 millions d'euros contre un montant négatif de 126 millions d'euros en 2018. Au 31 décembre 2019, les Autres produits et charges opérationnels incluent notamment - 100 millions d'euros de promesse de dons pour la reconstruction de Notre-Dame de Paris, - 57 millions d'euros de coûts de réorganisation, - 45 millions d'euros de frais d'acquisition de sociétés consolidées et - 26 millions d'euros d'amortissements et dépréciations de marques, écarts d'acquisition et actifs immobiliers.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 11 255 millions d'euros, en hausse de 14 % par rapport à l'exercice 2018.

Le résultat financier est négatif de 615 millions d'euros ; le résultat financier au 31 décembre 2018 était négatif de 441 millions d'euros. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à - 180 millions d'euros, en amélioration de 24 millions d'euros par rapport à 2018 ;
- des intérêts financiers sur dettes locatives enregistrés dans le cadre de la première application de la norme IFRS 16, qui représentent une charge de 290 millions d'euros ;
- de la part dans les résultats des sociétés mises en équivalence à caractère financier qui s'élève à 41 millions d'euros, en hausse de 17 millions d'euros par rapport à 2018 ;

- des autres produits et charges financiers qui représentent une charge de 186 millions d'euros, à comparer à un montant négatif de 261 millions d'euros en 2018. La charge liée au coût des dérivés de change s'élève à 235 millions d'euros en 2019, contre - 175 millions un an avant. Enfin, les autres produits sur instruments financiers, résultant principalement de la variation de valeur de marché des investissements et placements financiers, sont positifs de 70 millions d'euros, contre un montant négatif de 99 millions d'euros en 2018.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 28,0 %, en hausse de 1,1 % par rapport à 2018.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 4 888 millions d'euros contre 4 406 millions d'euros en 2018. Les intérêts minoritaires sont essentiellement constitués des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Financière Agache, soit 57 % de l'actionnariat de LVMH SE, des actionnaires de la société Christian Dior SE (5 %) autres que Financière Agache et Semyrhamis, actionnaires de contrôle, ainsi que des minoritaires de Moët Hennessy et de DFS.

Le résultat net, part du Groupe s'élève à 2 786 millions d'euros, à comparer à 2 499 millions d'euros en 2018, il est en hausse de 11,5 % par rapport au résultat net, part du Groupe en 2018.

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

Les effets de l'évolution des parités monétaires sont déterminés par conversion des comptes de l'exercice des filiales ayant une monnaie fonctionnelle autre que l'euro au 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 de l'exercice réalisées au cours des mois durant lesquels les entités acquises n'étaient pas consolidées lors de l'exercice précédent.

Et en ajoutant :

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

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

(1) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.



1.2 COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF (en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018⁽¹⁾	Variation
Immobilisations incorporelles	31 026	28 761	+ 2 265
Immobilisations corporelles	17 929	14 475	+ 3 454
Droits d'utilisation	12 409	-	+ 12 409
Autres actifs non courants	8 026	6 002	+ 2 024
Actifs non courants	69 390	49 238	+ 20 152
Stocks	13 910	12 660	+ 1 250
Autres actifs courants	14 605	18 616	- 4 011
Actifs courants	28 515	31 276	- 2 761
ACTIF	97 905	80 514	+ 17 391

PASSIF (en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018⁽¹⁾	Variation
Capitaux propres	36 670	30 836	+ 5 834
Dettes financières à plus d'un an	7 525	9 301	- 1 776
Dettes locatives à plus d'un an	10 373	-	10 373
Autres passifs non courants	19 668	17 150	+ 2 518
Capitaux permanents	74 236	57 287	+ 16 949
Dettes financières à moins d'un an	8 555	11 396	- 2 841
Dettes locatives à moins d'un an	2 172	-	+ 2 172
Autres passifs courants	12 942	11 831	+ 1 111
Passifs courants	23 669	23 227	+ 442
PASSIF	97 905	80 514	+ 17 391

Le total du bilan consolidé de Financière Agache à fin 2019 s'élève à 97,9 milliards d'euros. Il en progression de 17,4 milliards d'euros par rapport à fin 2018, dont 12,0 milliards d'euros liés à l'application d'IFRS 16 au 1^{er} janvier 2019, avec la comptabilisation, à l'actif, de droits d'utilisation relatifs à la part fixe des loyers des contrats de location et, en contrepartie, au passif, de dettes locatives. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant le détail des effets de l'application d'IFRS 16. Par conséquent, les actifs non courants sont en forte progression, de 20,2 milliards d'euros, et représentent 71 % du total du bilan, contre 61 % à fin 2018.

Les immobilisations incorporelles progressent de 2,3 milliards d'euros, dont 1,2 milliard d'euros au titre des variations de périmètre, liées principalement à la consolidation de Belmond, auxquelles s'ajoutent l'impact sur les écarts d'acquisition de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires, qui s'élève à 1,2 milliard d'euros, et 0,2 milliard d'euros du fait de la variation des cours de change. À l'inverse, l'application d'IFRS 16 entraîne une baisse de 0,4 milliard des immobilisations incorporelles, du fait du reclassement des droits au bail au sein des Droits d'utilisation.

Les immobilisations corporelles progressent de 3,4 milliards d'euros en raison, pour 2,4 milliards d'euros, des effets des variations de périmètre, liés principalement à l'entrée dans le périmètre de consolidation de Belmond. Les investissements de l'année, nets des dotations aux amortissements et des cessions, génèrent une augmentation additionnelle de 1,2 milliard d'euros ; ils sont commentés dans le cadre des analyses des variations de trésorerie. Enfin, l'application d'IFRS 16 a entraîné le reclassement de 0,3 milliard d'euros vers le poste Droits d'utilisation, correspondant aux immobilisations en location-financement.

Les Droits d'utilisation représentent un solde de 12,4 milliards d'euros à fin 2019, dont 12,0 milliards liés à la comptabilisation des droits d'utilisation relatifs aux contrats de location pour la part fixe des loyers et 0,4 milliard lié au reclassement des droits au bail, précédemment présentés en Immobilisations incorporelles. Les contrats de location de boutiques représentent la majeure partie des droits d'utilisation, soit 9,9 milliards d'euros.

(1) Les états financiers au 31 décembre 2018 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

Les autres actifs non courants progressent de 2,0 milliards d'euros pour s'établir à 8,0 milliards d'euros. Cette hausse recouvre, à hauteur de 1,2 milliard d'euros, l'augmentation de la valeur des titres mis en équivalence, elle-même liée, d'une part pour 0,4 milliard d'euros, à l'entrée au bilan des joint-ventures de Belmond et à la prise de participation dans Stella McCartney et, d'autre part pour 0,7 milliard d'euros, à la mise à la juste valeur des investissements et placements des sociétés mises en équivalence. Les autres éléments expliquant cette hausse des actifs non courants sont, à hauteur de 0,5 milliard d'euros, l'évolution de la valeur de marché des instruments dérivés et, pour 0,3 milliard d'euros, la progression des impôts différés actifs.

Les stocks au 31 décembre 2019 sont en progression de 1,25 milliard d'euros sur un an, progression liée au développement des activités du Groupe (voir les Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée).

Les autres actifs courants diminuent de 4,0 milliards d'euros, évolution résultant principalement de la baisse de 2,8 milliards d'euros du poste Trésorerie et équivalents de trésorerie et de 1,5 milliard des placements financiers, consécutive à la distribution de la trésorerie nette excédentaire issue de la cession de la branche

Christian Dior Couture. A contrario, les créances d'exploitation ont augmenté de 0,5 milliard d'euros, en lien avec la croissance des activités du Groupe.

L'application d'IFRS 16 a entraîné la comptabilisation de dettes locatives pour un total de 12,5 milliards d'euros au 31 décembre 2019, dont 10,4 milliards à plus d'un an et 2,2 milliards à moins d'un an, en contrepartie des droits d'utilisation enregistrés à l'actif.

Les autres passifs non courants, à 19,7 milliards d'euros, progressent de 2,5 milliards d'euros par rapport à leur niveau de 17,2 milliards à fin 2018. Cette progression est imputable, pour 1,5 milliard d'euros, à l'augmentation de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires à laquelle s'ajoute, pour 0,5 milliard d'euros, celle des impôts différés passifs et, pour 0,4 milliard d'euros, celle de la valeur de marché des instruments dérivés.

Enfin, les autres passifs courants progressent de 1,1 milliard d'euros, pour s'établir à 12,9 milliards d'euros, cette variation s'expliquant principalement par la progression des dettes fournisseurs, pour 0,5 milliard d'euros.

Dettes financières nettes et capitaux propres

(en millions d'euros ou en pourcentage)	2019	2018 ⁽¹⁾	Variation
Dettes financières à plus d'un an	7 525	9 301	- 1 776
Dettes financières à moins d'un an et instruments dérivés	8 587	11 529	- 2 942
Dettes financières brutes après effets des instruments dérivés	16 112	20 830	- 4 718
Trésorerie et équivalents de trésorerie et autres	(8 337)	(12 915)	+ 4 578
Dettes financières nettes ajustées	7 775	7 915^(a)	- 140
Capitaux propres totaux (part du Groupe et minoritaires)	36 670	30 836	+ 5 834
Ratio dettes financières nettes ajustées/capitaux propres totaux	21,2 %	25,7 %	- 4,5 pts

(a) La dette financière nette au 31 décembre 2018 avait été ajustée afin de prendre en compte les titres Belmond, présentés en Investissements financiers. Voir Note 18.1 de l'annexe aux comptes consolidés 2018.

Le ratio dettes financières nettes sur capitaux propres au 31 décembre 2019, à 21,2 %, s'est amélioré de 4,5 points par rapport au niveau au 31 décembre 2018.

Le total des capitaux propres, y compris les intérêts minoritaires, s'élève à 36,7 milliards d'euros à fin 2019, en progression de 5,8 milliards d'euros par rapport à fin 2018. Cette progression s'explique par :

- le résultat net de l'exercice, net des distributions de dividendes, qui contribue à cette progression à hauteur de 5,0 milliards d'euros ;
- auquel s'ajoutent les variations des réserves de réévaluation s'élevant à 1,3 milliard d'euros dont, en premier lieu, la hausse de 1,0 milliard d'euros au titre de la revalorisation des investissements et placements financiers et, en second lieu, l'effet de l'évolution des parités monétaires sur les réserves des entités en devises, positif de 0,3 milliard d'euros, du fait en majeure partie des entités en dollars US ;

- a contrario, les acquisitions des titres de minoritaires et les engagements d'achats de titres ont diminué respectivement les capitaux propres de 0,4 milliard d'euros et de 0,2 milliard d'euros.

Ainsi, à fin 2019, le total des capitaux propres représente 37 % du total du bilan, contre 38 % à fin 2018.

La dette financière brute après effets des instruments dérivés s'élève à fin 2019 à 16,1 milliards d'euros, en baisse de 4,7 milliards d'euros par rapport à fin 2018.

La dette obligataire est en baisse de 0,4 milliard d'euros, les montants remboursés étant un peu plus élevés que les montants émis. Deux émissions obligataires ont été réalisées par LVMH durant l'année pour un total de 1,0 milliard d'euros. À l'inverse, les emprunts émis par LVMH de 0,3 milliard d'euros émis en 2014, celui de 0,6 milliard d'euros émis en 2013 et celui de 0,15 milliard de dollars australiens émis en 2014 ont été remboursés tout comme l'emprunt de 0,5 milliard d'euros émis par Christian Dior en 2014.

(1) Les états financiers au 31 décembre 2018 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.



Les emprunts bancaires sont en diminution de 5,5 milliards d'euros, les remboursements sont de 5,7 milliards d'euros et les souscriptions de 0,2 milliard d'euros. Dans le cadre de l'offre publique simplifiée sur Christian Dior, Semyrhamis, filiale de Financière Agache, a souscrit en 2017 des crédits syndiqués pour une valeur de 9,0 milliards d'euros, dont la maturité d'origine, avant prorogation éventuelle par l'emprunteur, était comprise entre dix-huit mois et cinq ans. À la suite de la distribution par Christian Dior d'un acompte sur dividende exceptionnel correspondant à la trésorerie nette excédentaire issue de la cession, en 2017, de la branche Christian Dior Couture, Semyrhamis a remboursé par anticipation 4,8 milliards d'euros auxquels s'ajoutent les échéances de l'exercice s'élevant à 0,8 milliard d'euros.

L'encours de titres de créance négociables à court terme émis dans le cadre des programmes de billets de trésorerie et d'US Commercial Paper progresse de 1,6 milliard d'euros.

À la suite de l'application d'IFRS 16, les dettes de location-financement ont été reclassées au sein des dettes locatives, qui sont exclues de la dette financière nette, avec pour effet une baisse de 0,3 milliard d'euros de la dette financière nette.

La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements et investissements financiers en couverture de dettes financières s'élevaient à 8,3 milliards d'euros à fin 2019, inférieurs de 4,6 milliards d'euros aux 12,9 milliards atteints fin 2018 principalement en raison de la distribution par Christian Dior, à hauteur de 5,3 milliards d'euros, de la trésorerie nette excédentaire issue de la cession, en 2017, de la branche Christian Dior Couture et qui a permis à Semyrhamis les remboursements anticipés mentionnés ci-dessus. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements et investissements financiers en couverture de dettes financières des sociétés hors Christian Dior à fin 2019 sont supérieurs de 0,7 milliard d'euros à ceux existant fin 2018.

Au 31 décembre 2019, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 23,8 milliards d'euros, dont 15,2 milliards d'euros mises en place afin de sécuriser le financement de l'acquisition de Tiffany. Le montant des lignes de crédit non tirées (nette de celles mises en place pour l'acquisition de Tiffany) excède de 3,0 milliards d'euros, l'encours des programmes de billets de trésorerie et d'US Commercial Paper, qui atteignait 5,6 milliards d'euros à la fin de l'exercice.

1.3 COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018 ⁽¹⁾	Variation
Capacité d'autofinancement	16 085	11 940	4 145
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(198)	(191)	(7)
Dettes locatives : intérêts payés	(239)	-	(239)
Impôts payés relatifs aux activités d'exploitation	(2 851)	(2 301)	(550)
Variation du besoin en fonds de roulement	(1 173)	(1 105)	(68)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	11 624	8 343	3 281
Investissements d'exploitation	(3 332)	(3 038)	(294)
Remboursements des dettes locatives	(2 187)	-	(2 187)
Cash-flow disponible d'exploitation	6 105	5 305	800
Investissements financiers et acquisition et cessions de titres consolidés	(2 628)	(537)	(2 090)
Opérations en capital	(3 173)	(3 106)	(67)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	304	1 662	(1 357)

La capacité d'autofinancement, à 16 085 millions d'euros, progresse de 4 145 millions d'euros par rapport aux 11 940 millions d'euros enregistrés un an plus tôt.

Après paiement de l'impôt, des intérêts financiers relatifs à la dette financière nette et aux dettes locatives et variation du besoin en fonds de roulement, la variation de trésorerie issue des opérations d'exploitation atteint 11 624 millions d'euros, en hausse de 3 281 millions d'euros par rapport à l'exercice 2018,

dont 2 168 millions d'euros liés à l'application d'IFRS 16, soit une progression de 13% hors effet de l'application d'IFRS 16. Corriger l'effet de l'application d'IFRS 16 correspond à l'annulation de l'amortissement des droits d'utilisation, soit 2 408 millions d'euros, et à la comptabilisation des intérêts payés sur dettes locatives pour -239 millions d'euros. L'application de la norme IFRS 16 sur le seul exercice 2019 rend la variation de trésorerie issue des opérations d'exploitation non comparable entre les exercices 2019 et 2018.

(1) Les états financiers au 31 décembre 2018 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 des comptes consolidés concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

Les intérêts payés sur la dette financière nette s'élèvent à 198 millions d'euros, en hausse de 7 millions d'euros par rapport aux 191 millions d'euros payés en 2018, en raison, principalement, de la progression de la part de la dette en dollars US dans la dette moyenne du Groupe entre 2018 et 2019, les taux d'intérêt du dollar US étant supérieurs à ceux de l'euro.

Les impôts payés atteignent 2 851 millions d'euros, en hausse de 24 % par rapport aux 2 301 millions décaissés l'année précédente, essentiellement du fait de la progression des résultats du Groupe dans l'ensemble des zones géographiques où il est implanté.

Le besoin en fonds de roulement, de 1 173 millions d'euros, est sensiblement identique à celui observé un an plus tôt, de 1 105 millions. Le besoin de trésorerie lié à la progression des stocks s'élève à 1 622 millions d'euros, proche des 1 739 millions d'euros constatés en 2018. La progression des stocks concerne en premier lieu les activités de Mode et Maroquinerie et de Vins et Spiritueux. La hausse des dettes fournisseurs et des dettes fiscales et sociales a permis de financer le besoin lié à la progression des stocks à hauteur de 561 millions d'euros, contre 805 millions d'euros en 2018.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent en 2019 un débours de 3 332 millions d'euros, en progression de 10 % par rapport aux 3 038 millions d'euros déboursés en 2018. Ceux-ci incluent principalement les investissements des marques du Groupe dans leurs réseaux de distribution, notamment ceux de Louis Vuitton, Sephora, DFS, Christian Dior Couture et Celine. Ils comprennent également les investissements liés au projet de La Samaritaine ainsi que les investissements des marques de champagne, de Hennessy, de Parfums Christian Dior et de Louis Vuitton dans leur outil de production.

Les remboursements de dettes locatives se sont élevés à 2 187 millions d'euros en 2019.

À fin 2019, le cash-flow disponible d'exploitation s'élève à 6 105 millions d'euros, en progression de 15 % par rapport aux 5 305 millions d'euros enregistrés en 2018. Cet indicateur 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.

En 2019, 2 628 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers, dont 2 478 millions d'euros liés aux acquisitions de titres consolidés et 157 millions d'euros liés aux acquisitions et cessions d'investissements financiers. Les acquisitions de titres consolidés incluent en premier lieu l'acquisition de Belmond, mais également celle des participations de 49 % dans Stella McCartney et de 55 % dans Château d'Esclans.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 3 173 millions d'euros. Ce montant inclut l'acompte sur dividende versé par Financière Agache au titre de l'exercice 2019 à hauteur de 166 millions d'euros, les dividendes versés en 2019 aux actionnaires minoritaires des filiales consolidées pour 2 507 millions d'euros (il s'agit pour l'essentiel des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Financière Agache et des minoritaires de Christian Dior, de Moët Hennessy et de DFS), et l'impôt relatif aux dividendes versés pour 167 millions d'euros. Les acquisitions d'intérêts minoritaires ont représenté un débours complémentaire de 390 millions d'euros (voir Note 2 de l'annexe aux comptes consolidés). Les augmentations de capital souscrites par les actionnaires minoritaires des filiales du Groupe ont, à l'inverse, permis de recueillir 57 millions d'euros.

L'ensemble des opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, a ainsi généré un excédent de trésorerie de 304 millions d'euros sur l'exercice qui, conjointement avec la cession de placements financiers pour 1 969 millions d'euros, a permis de procéder à des remboursements d'emprunts et dettes financières à hauteur de 8 155 millions d'euros, un montant excédant de 5 316 millions d'euros les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières de l'année.

Après incidence de la variation des écarts de conversion sur les soldes de trésorerie, positif de 39 millions d'euros, la trésorerie nette diminue de 2 762 millions d'euros au cours de l'exercice et s'élève au 31 décembre 2019 à 6 175 millions d'euros.

2. Éléments de politique financière

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

- l'amélioration de la structure et de la flexibilité financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - le niveau des capitaux propres : les capitaux propres totaux, y compris les intérêts minoritaires avant affectation du résultat connaissent une progression de 19 % et atteignent 36,7 milliards d'euros fin 2019, contre 30,8 milliards un an auparavant,
 - l'accès à la liquidité du Groupe grâce aux programmes de titres de créance à court terme négociables (billets de trésorerie et US Commercial Paper) qui bénéficient de taux et de spreads extrêmement attractifs, et grâce à la capacité à faire appel de manière importante aux marchés obligataires

sur des maturités moyen/long terme, avec des spreads d'émission qui sont restés bas en 2019. Ainsi, le Groupe a pu profiter, en 2019, de conditions de marché toujours plus favorables et maintenir un bon équilibre entre dettes à court et long terme. Il a en outre mis en place auprès de l'agence Moody's une deuxième notation de LVMH, à savoir A1/P1, qui, conjuguée à la notation A+/A1 de Standard & Poor's, a permis de renforcer l'attractivité du crédit LVMH,

- le maintien d'un volume substantiel de placements de trésorerie et équivalents de trésorerie auprès de contreparties bancaires diversifiées et de premier rang ou de fonds monétaires court terme. Une attention particulière a été portée à la rémunération de ces placements pour éviter autant que possible des rendements négatifs, corollaire de la politique d'assouplissement quantitatif de la Banque Centrale Européenne,



- la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées non tirées de 23,8 milliards d'euros, dont 15,2 milliards d'euros mises en place afin de sécuriser le financement de l'acquisition de Tiffany, et un crédit syndiqué d'un montant de 2,5 milliards d'euros d'une maturité résiduelle de cinq ans ;
- une politique prudente de gestion des risques de change et de taux d'intérêt, avec pour objectif principal la couverture des risques générés directement ou indirectement par l'activité commerciale et la couverture des actifs et passifs du Groupe.
En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de se protéger contre l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une partie de la hausse, ont continué à être privilégiées. L'année 2019 a été marquée par le renforcement du dollar US et du Yen japonais tout au long de l'année. Les stratégies de couverture optionnelles ont permis de bénéficier de la hausse du dollar US et du Yen japonais ;
- une concentration accrue des liquidités du Groupe grâce aux déploiements de « cash poolings » à travers le monde, qui assure la fluidité de la circulation des liquidités au sein du Groupe et permet une gestion optimisée des excédents ;
- une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux très bonnes performances du Groupe : les actionnaires de Financière Agache et les minoritaires du Groupe, au premier rang desquels ceux des sociétés LVMH et Christian Dior, ont reçu 2,7 milliards d'euros au cours de l'exercice ;
- l'endettement net s'élève à 7,8 milliards d'euros à fin 2019 contre 7,9 milliards un an auparavant (ajusté de la valeur des titres Belmond acquis, voir Note 18 de l'annexe aux comptes consolidés 2018). La diminution de la dette nette de 0,1 milliard d'euros, s'explique essentiellement grâce à une génération de trésorerie issue des opérations d'exploitation et d'investissement (cash-flow disponible) élevée en 2019, qui a permis de financer les investissements financiers de 2019, dont en premier lieu l'acquisition de Belmond.

3. Investissements opérationnels

3.1 DÉPENSES DE COMMUNICATION ET PROMOTION

Les investissements en dépenses de communication représentent pour le Groupe dans son ensemble le montant suivant, en valeur absolue et en pourcentage des ventes :

Dépenses de communication et promotion	2019	2018	2017
En millions d'euros	6 265	5 518	4 979
En % des ventes	11,6	11,8	11,4

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

3.2 FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

En matière de recherche et développement, les investissements sont les suivants :

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Frais de recherche et développement	140	130	130

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

3.3 INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS ET DANS LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

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

Les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles sont les suivantes, en valeur absolue et en pourcentage de la capacité d'autofinancement générée par l'activité du Groupe :

Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles ^(a)	2019	2018	2017
En millions d'euros	3 287	2 990	2 538
En % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité	20	25	24

(a) Voir Note 15.3 de l'annexe aux comptes consolidés.

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

En 2019, outre les acquisitions d'actifs immobiliers, les investissements d'exploitation ont principalement porté sur les points de vente, le réseau total de boutiques du Groupe étant porté en 2019 de 4 592 à 4 915.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, en complément des renouvellements nécessaires de barriques et d'équipements industriels, les investissements de 2019 concernent également la poursuite des investissements en Champagne (initiés en 2012) ainsi que de la construction de chais à barriques chez Hennessy.

4. Principaux établissements et propriétés foncières

4.1 PRODUCTION

Vins et Spiritueux

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

<i>(en hectares)</i>	2019		2018	
	Total	<i>Dont en production</i>	Total	<i>Dont en production</i>
France				
Appellation Champagne	1 867	1 695	1 851	1 759
Appellation Cognac	189	161	187	160
Vignobles provençaux	120	120	-	-
Vignobles bordelais	194	156	194	156
Vignobles bourguignons	11	11	12	12
International				
Californie (États-Unis)	450	294	461	305
Argentine	1 660	948	1 661	945
Australie, Nouvelle-Zélande	684	626	685	626
Brésil	197	110	198	110
Espagne	116	85	116	80
Chine	68	60	68	60
Inde	4	2	4	2



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

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des wineries, des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques des Vins et Spiritueux ou à ses opérations de production en France, au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Argentine, en Australie, en Chine, en Nouvelle-Zélande, au Brésil, en Inde et en Espagne, ainsi que des distilleries, des entrepôts, et des bureaux à Cognac, en Pologne et au Mexique. L'ensemble représente environ 848 000 m² en France et 314 000 m² à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses vingt-sept ateliers de fabrication de maroquinerie et souliers ainsi que de son atelier de création de parfums, qui se trouvent essentiellement en France ; des ateliers importants sont également situés près de Barcelone en Espagne, à Fiesso en Italie, à San Dimas et au Texas aux États-Unis. L'ensemble des ateliers et entrepôts en propriété représente environ 208 000 m².

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

Celine possède également des installations de production et de logistique situées près de Florence en Italie. En 2019, Celine a ouvert son second atelier à Radda in Chianti, en Italie.

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

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

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

Rimowa est propriétaire de ses bureaux, ateliers de production et entrepôts en Allemagne, en République Tchèque et au Canada. L'ensemble des biens en propriété représente environ 70 300 m².

Christian Dior Couture possède quatre ateliers de fabrication (dont trois en Italie et un en Allemagne) et un entrepôt en France. Ces biens en propriété représentent environ 30 000 m².

LVMH Métiers d'Arts est propriétaire de plusieurs fermes d'une surface d'environ 220 ha en Australie et aux États-Unis, ainsi que d'une tannerie d'environ 13 500 m² en France. Thélios possède une usine de production de lunettes d'environ 9 600 m² en Italie.

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

Parfums et Cosmétiques

Les installations de recherche et développement des activités Parfums et Cosmétiques du Groupe, de fabrication et de distribution de Parfums Christian Dior, près d'Orléans et à Chartres en France, sont la propriété de Parfums Christian Dior, l'ensemble représentant environ 157 500 m².

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

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

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

Montres et Joaillerie

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

Zenith est propriétaire de la Manufacture où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle (Suisse).

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

Bvlgari est propriétaire de ses ateliers de production en Italie et en Suisse. En 2019, Bvlgari a acquis des terrains d'environ 42 800 m² pour agrandir son atelier de production en Italie.

Les installations des autres marques du groupe d'activités (Chaumet et Fred) sont en location.

4.2 DISTRIBUTION

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

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins, à Tokyo, Hawaï, Guam, Séoul, Cannes, Saint-Tropez, Gênes ; l'ensemble représente environ 8 900 m².

Christian Dior Couture est propriétaire des murs de certains de ses magasins en France, en Corée, au Japon, en Angleterre, en Australie et en Espagne ; l'ensemble représente environ 5 400 m².

Celine, Fendi et Berluti sont également propriétaires de magasins à Paris et en Italie.

Au 31 décembre 2019, ce réseau de boutiques est réparti de la façon suivante :

<i>(en nombre de boutiques)</i>	Au 31 déc. 2019	Au 31 déc. 2018	Au 31 déc. 2017
France	535	514	508
Europe (hors France)	1 177	1 153	1 156
États-Unis	829	783	754
Japon	427	422	412
Asie (hors Japon)	1 453	1 289	1 151
Autres	494	431	393
TOTAL	4 915	4 592	4 374

<i>(en nombre de boutiques)</i>	Au 31 déc. 2019	Au 31 déc. 2018	Au 31 déc. 2017
Mode et Maroquinerie	2 002	1 852	1 769
Parfums et Cosmétiques	426	354	302
Montres et Joaillerie	457	428	405
Distribution sélective	2 011	1 940	1 880
<i>Dont : - Sephora</i>	<i>1 957</i>	<i>1 886</i>	<i>1 825</i>
<i>- Autres, incluant DFS</i>	<i>54</i>	<i>54</i>	<i>55</i>
Autres	19	18	18
TOTAL	4 915	4 592	4 374

Distribution sélective

Le Bon Marché est propriétaire d'une partie de ses magasins, ce qui représente une surface totale d'environ 78 000 m².

DFS est propriétaire de ses magasins de Guam, des îles Marianne et d'Hawaï.

Autres activités

Le Groupe est propriétaire de l'hôtel Cheval Blanc à Saint-Barthélemy et de la Résidence de la Pinède à Saint-Tropez.

Belmond possède vingt-cinq hôtels, dont sept en Italie.



4.3 ÉTABLISSEMENTS ADMINISTRATIFS ET IMMEUBLES LOCATIFS

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

Le Groupe détient 40 % de la société propriétaire de l'immeuble où se trouve le siège social de LVMH avenue Montaigne à Paris. De plus, il détient trois immeubles à New York d'une surface d'environ 19 200 m² de bureaux et trois immeubles à Londres d'une surface d'environ 3 200 m² de bureaux. Ces ensembles sont occupés par des entités appartenant au Groupe.

Par ailleurs, le Groupe est également propriétaire d'immeubles locatifs à vocation de bureaux à Paris, New York, Osaka et Londres dont les surfaces respectives sont d'environ 17 000 m², 1 000 m², 3 000 m² et 2 000 m². Ces bâtiments sont loués à des tiers.

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

5. Événements postérieurs à la clôture

Le 4 février 2020, lors d'une Assemblée extraordinaire, les actionnaires de Tiffany & Co. (NYSE : TIF) ont voté à une très large majorité en faveur de l'accord annoncé le 25 novembre 2019 relatif au projet d'acquisition de Tiffany par LVMH. Plusieurs

émissions obligataires représentant un montant total de 10,8 milliards d'euros ont été réalisées par LVMH en février et avril 2020 en vue de financer cette acquisition.

6. Évolutions récentes et perspectives

LVMH, qui constitue la principale filiale opérationnelle de Financière Agache, a réalisé au premier trimestre 2020 des ventes de 10,6 milliards d'euros, en recul de 15 % par rapport à la même période de 2019, et de 17 % à périmètre et devises comparables.

Le Groupe témoigne ainsi d'une bonne capacité de résistance dans un environnement économique perturbé par une grave crise sanitaire, entraînant la fermeture des boutiques et des sites de production dans la plupart des pays au cours des dernières semaines et l'arrêt des voyages internationaux. La priorité du Groupe est d'assurer la sécurité de ses collaborateurs et clients. Dans un contexte très perturbé, le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur la préservation de la valeur de ses marques, en s'appuyant sur l'exceptionnelle qualité de ses produits et la réactivité des équipes. Dans ces circonstances, le Groupe renforcera encore sa politique de maîtrise des coûts et de sélectivité des investissements.

Les fermetures de sites de production et de magasins du Groupe dans la plupart des pays du monde pendant le premier semestre auront un impact sur les ventes et les résultats annuels. Cet impact ne peut être précisément évalué à ce stade, sans connaître le calendrier de retour à la normale dans les différentes zones d'implantation du Groupe. On ne peut qu'espérer que la reprise se fasse graduellement à partir des mois de mai ou juin après un second trimestre qui devrait être encore très affecté par la crise, en particulier en Europe et aux États-Unis. Le Groupe compte sur le talent et la motivation de ses équipes, la diversité de ses métiers et le bon équilibre géographique de ses ventes pour renforcer encore en 2020 son avance sur le marché mondial des produits de haute qualité.

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

4. ÉTHIQUE ET RESPONSABILITÉ

1. Contexte	44
2. Référentiels	45
2.1 Instruments internationaux	45
2.2 Normes internes	45
3. Gouvernance	47
4. Identification des risques	47
5. Gestion des risques	48
5.1 Un programme global de préservation des écosystèmes et ressources naturelles	48
5.2 Une démarche d'évaluation et d'accompagnement des fournisseurs	49
5.3 Un souci constant de qualité et de sécurité dans le cadre de nos activités	51
5.4 Un effort permanent d'attraction et d'accompagnement des talents	52
5.5 Une attention constante portée à l'inclusion et à l'épanouissement des collaborateurs	52
5.6 Une politique d'intégrité dans la conduite des affaires	53
5.7 Une gestion responsable des données personnelles	55
6. Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration consolidée de performance extra-financière	56
7. Tables de correspondance	61
7.1 Déclaration de performance extra-financière	61
7.2 Plan de vigilance	66



En matière d'éthique, de protection des droits humains et des libertés fondamentales, de responsabilité sociale et de respect de l'environnement, le Code de conduite de Groupe Arnault, société mère du Groupe, et le Code de conduite de LVMH constituent un socle commun de principes fondamentaux qui animent le Groupe dans la conduite de ses affaires et guident les collaborateurs dans l'exercice de leurs responsabilités.

Compte tenu de la structure et de l'organisation du Groupe, la mise en œuvre de la politique du Groupe en matière d'éthique et de responsabilité est principalement menée par LVMH et ses Maisons qui réunissent toutes les activités opérationnelles du Groupe.

1. Contexte

Depuis sa création, le Groupe cherche à :

- s'assurer que ses pratiques reflètent les standards les plus élevés d'intégrité, de responsabilité et de respect de ses partenaires ;
- offrir un cadre de travail qui permette à ses collaborateurs la pleine expression de leur talent et la mise en œuvre de leur expertise et de leurs savoir-faire ;
- veiller à ce que ses Maisons définissent et adaptent leurs processus de production, leurs habitudes, leurs comportements, pour toujours mieux répondre aux défis environnementaux auxquels elles sont confrontées ;
- participer par ses activités au développement des territoires dans lesquels il est implanté ;
- mobiliser ressources et compétences au service d'initiatives d'intérêt général et de mécénat et promouvoir l'accès du plus grand nombre à l'art et à la culture.

Acteur responsable et engagé, le Groupe cherche à anticiper et à répondre aux attentes de la société civile en matière de responsabilité sociale et environnementale des entreprises, parmi lesquelles :

- l'intégration des nouvelles attentes professionnelles et l'accompagnement des collaborateurs face en particulier à la singularité des nouveaux parcours de carrière, aux mutations technologiques et aux nouveaux équilibres démographiques ;
- une prise en compte des défis environnementaux face, en particulier, à l'urgence des transformations qu'appelle la lutte contre le changement climatique ;

- une plus grande transparence dans la gestion des approvisionnements, afin d'assurer des conditions de vie et de travail satisfaisantes et des méthodes de production respectueuses de l'environnement auprès de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur ;
- une exigence d'intégrité dans la conduite des affaires, alors que se renforcent partout dans le monde les obligations de prévention et de détection à la charge des grands groupes en matière de délits économiques ;
- une sensibilité quant à l'utilisation des données personnelles, enjeu de protection du droit fondamental au respect de la vie privée.

Ces dernières années un certain nombre de textes réglementaires s'appliquant aux entreprises ont été adoptés sur ces sujets aux niveaux français et européen, dont la loi relative au devoir de vigilance des sociétés-mères sur les thématiques sociale et environnementale, la loi dite « Sapin II » relative notamment à la prévention de la corruption et du trafic d'influence, la Directive européenne sur le reporting extra-financier et ses mesures de transposition nationales, ou encore le Règlement général européen relatif à la protection des données.

Les éléments correspondant à la Déclaration de performance extra-financière du Groupe et au Plan de vigilance sont retracés dans les tables de correspondance figurant à la fin de cette partie.

2. Référentiels

Le Groupe cultive sa différence par une recherche permanente de l'excellence. Cette quête implique une exigence d'exemplarité en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de respect de l'environnement.

Au cours des dernières années, le Groupe a soutenu ou adhéré à plusieurs référentiels internationaux, dont il promeut la mise en œuvre dans sa sphère d'influence, et s'est doté de ses propres normes internes.

2.1 INSTRUMENTS INTERNATIONAUX

Le Groupe, par l'intermédiaire de LVMH, a manifesté très tôt sa volonté d'agir en entreprise responsable et à aligner ses opérations et sa stratégie au soutien de différents textes internationaux de référence, dont :

- le Pacte mondial des Nations-Unies, auquel LVMH a adhéré en 2003, ainsi que l'initiative Caring for Climate ;
- la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;
- les principes directeurs de l'OCDE ;
- les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail ;
- les 17 objectifs du développement durable élaborés et développés par les Nations Unies ;
- la Charte de la Diversité, signée par le Groupe en 2007 ;
- la charte mondiale des Nations Unies sur les « Principes d'autonomisation des femmes », signée par LVMH en 2013 ;
- la Stratégie nationale de la France pour la biodiversité ;
- le Processus de Kimberley, régime international de certification des diamants bruts ;
- les conventions CITES sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées ;
- le programme scientifique intergouvernemental « L'Homme et la biosphère » (MAB) de l'UNESCO dont l'objectif est d'agir en faveur de la conservation de la biodiversité au niveau mondial ;
- les normes mondiales de conduite des Nations Unies à l'intention des entreprises en matière de lutte contre la discrimination à l'égard des lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et intersexués.

2.2 NORMES INTERNES

Les Codes de conduite

Les Codes de conduite de Groupe Arnault et de LVMH rassemblent les règles que chaque collaborateur doit suivre dans l'exercice de ses fonctions, et favorisent la cohérence ainsi que l'amélioration continue des pratiques dans l'ensemble du Groupe.

Ils s'articulent autour des six grands principes suivants :

- agir de manière responsable et solidaire ;
- offrir un environnement de travail épanouissant et valoriser les talents ;
- s'engager pour la préservation de l'environnement ;
- mériter la confiance des clients ;
- mériter la confiance des actionnaires ;
- concrétiser et promouvoir l'intégrité dans la conduite des activités.

Soutenus par toutes les instances dirigeantes, ils favorisent la cohérence et l'amélioration continue des pratiques dans les différentes entités du Groupe. Ils ne remplacent pas les codes et chartes existant au sein des Maisons mais leur servent de base

commune et de source d'inspiration. Leurs principes sont, le cas échéant, précisés par chaque Maison en fonction de son secteur d'activité ou de son implantation géographique. En outre, des codes ou chartes d'application locales sont déployés lorsque cela s'avère pertinent au regard des législations et réglementations locales.

Traduits en plus de dix langues, ces Codes sont largement diffusés au sein du Groupe, et des outils complémentaires ont été développés pour permettre aux collaborateurs de mieux connaître et appliquer leurs principes, dont un module de formation e-learning, et différents supports de communication.

Les Codes de conduite Fournisseurs

Groupe Arnault et LVMH sont dotées d'un Code de conduite Fournisseurs, applicable à l'ensemble de leurs filiales respectives, qui matérialise à l'égard des partenaires du Groupe ses exigences dans les domaines de la responsabilité sociale, de l'environnement et de la lutte anti-corruption.

Ces Codes de conduite Fournisseurs ont été diffusés auprès des Maisons du Groupe ; ils requièrent l'engagement des prestataires assujettis à en respecter les principes.



Sont précisées dans ces Codes les exigences sociales (interdiction du travail forcé, du travail des enfants, du harcèlement, des discriminations, dispositions relatives aux salaires, aux horaires, à la liberté syndicale, à l'hygiène et à la sécurité), environnementales, de conduite des affaires (relatives notamment à la légalité, aux douanes, à la sécurité et à la sous-traitance) et les mesures de prévention et de lutte contre la corruption et le trafic d'influence devant être respectées par les fournisseurs et leurs sous-traitants éventuels dans la gestion de leur entreprise.

Les Codes de conduite Fournisseurs de Groupe Arnault et de LVMH précisent que les fournisseurs du Groupe se portent garants du travail effectué par leurs propres sous-traitants et fournisseurs et garantissent le respect par ces derniers des principes exposés dans les Codes ainsi que des obligations pertinentes.

Ils confèrent également au Groupe un droit d'audit lui permettant, dans la mesure du possible, de s'assurer du respect effectif de ces principes par ceux-ci.

En cas de violation du Code de conduite Fournisseurs par l'un de ses fournisseurs ou par l'un des fournisseurs ou sous-traitants de celui-ci, le Groupe ou la Maison concernée se réservent le droit de mettre un terme à la relation commerciale, dans les conditions prévues par la loi applicable et eu égard au degré de sévérité des manquements constatés.

La Charte Environnement de LVMH

Adoptée en 2001, la Charte Environnement de LVMH est le document fondateur des cinq grandes ambitions du Groupe dans le domaine environnemental :

- rechercher un haut niveau de performance environnementale ;
- susciter un engagement collectif ;
- maîtriser les risques environnementaux ;
- concevoir des produits en intégrant innovation et créativité environnementale ;
- s'engager au-delà de l'entreprise.

Elle invite les Présidents des Maisons à s'impliquer dans la démarche par des actions concrètes.

Cette charte a été fortement dynamisée par le programme stratégique LIFE (LVMH Initiatives For the Environment), lancé en 2011, décrit dans la partie « Environnement et durabilité ».

Le Code de conduite Recrutement LVMH

Mis en place en 2009, le Code de conduite Recrutement LVMH est largement diffusé à l'ensemble des collaborateurs exerçant une activité de recrutement dans le Groupe. Il précise l'éthique du recrutement au travers de quatorze engagements. Un accent particulier est mis sur la prévention de toute forme de discrimination et sur la promotion de la diversité.

La Charte LVMH relative à l'approvisionnement responsable des matières premières animales

En 2019, le Groupe a déployé la Charte LVMH relative à l'approvisionnement responsable de matières premières animales. Ce document est le fruit d'un long processus de recherche scientifique et de collaboration entre les experts environnement de LVMH, les Maisons et leurs fournisseurs. Exhaustif, il aborde le problème de l'approvisionnement en fourrure, en cuir, en cuir exotique, en laine et en plumes dans toute sa complexité. Il permet au Groupe de prendre des engagements à long terme pour le progrès dans trois domaines : la traçabilité totale des chaînes d'approvisionnement, les conditions d'élevage et de trappe des animaux et le respect des populations locales, de l'environnement et de la biodiversité. Dans le cadre de la charte, un comité scientifique a été mis en place pour soutenir et superviser chaque année plusieurs projets de recherche destinés à alimenter la démarche.

La Charte LVMH sur les relations de travail avec les mannequins

En 2017, une Charte sur les relations de travail avec les mannequins a été établie par LVMH en concertation avec le groupe Kering et des professionnels du secteur, animés du même souci de respect de la dignité, de la santé et du bien-être des mannequins.

Applicable à l'ensemble des Maisons partout dans le monde, cette charte a pour objectif d'insuffler un véritable changement dans l'univers de la mode en faisant disparaître certains comportements et pratiques qui ne correspondent pas aux valeurs du Groupe et de faire prendre conscience aux mannequins qu'ils sont pleinement acteurs de ces changements.

La diffusion des principes de cette charte est soutenue par la mise en place d'un site internet dédié, wecareformodels.com, réalisé par les équipes des groupes LVMH et Kering. Ce site à l'attention des mannequins met notamment à leur disposition des bonnes pratiques et conseils prodigués par des nutritionnistes et coaches indépendants.

La Charte interne LVMH de conformité au droit de la concurrence

En 2012, LVMH a formalisé son engagement au respect d'une concurrence libre et non faussée avec l'adoption d'une Charte interne de conformité au droit de la concurrence, dont l'objectif est de contribuer, au sein du Groupe, au développement d'une véritable culture de conformité en ce domaine. Cette charte présente les principales règles que l'ensemble des collaborateurs doivent connaître dans la conduite des relations commerciales au quotidien, et définit de manière pragmatique les standards de conduite qui sont attendus de leur part. Le Groupe interdit notamment tout abus de position dominante, pratique concertée ou entente illicite par accords, projets, arrangements ou comportements coordonnés entre concurrents concernant les prix, les territoires, les parts de marché ou les clients. Cette charte est notamment accessible via l'Intranet « Éthique et Conformité » de LVMH.

3. Gouvernance

La mise en œuvre opérationnelle des valeurs et référentiels éthiques du Groupe est portée par une gouvernance dédiée.

Au sein du Conseil d'administration de LVMH, le Comité d'éthique et du développement durable, composé en majorité d'Administrateurs indépendants, veille au respect des valeurs individuelles et collectives sur lesquelles le Groupe fonde son action. Le Comité joue un rôle d'orientation en matière d'éthique et de responsabilité environnementale, sociale et sociétale. La cartographie des risques extra-financiers établie en 2018 a notamment été soumise à son examen.

La direction générale de LVMH coordonne l'action des directions de l'audit, du contrôle interne, des opérations, des achats, de l'environnement, du développement social, de l'éthique et conformité ainsi que de la communication financière, qui collaborent ensemble afin de sensibiliser et faire progresser les Maisons, tout particulièrement dans les domaines de la gestion des risques et des relations fournisseurs en matière environnementale, sociale et d'intégrité.

Sous la responsabilité du directeur Éthique et conformité de LVMH, rattaché au Directeur général délégué, la direction « Éthique et Conformité », élabore des normes de comportement et met en place différents outils pour accompagner les différentes entités du Groupe dans la mise en œuvre des réglementations applicables. Dotée d'un budget et d'effectifs propres, elle est également soutenue par des représentants issus de différentes directions, pour favoriser la coordination sur les projets transversaux qu'elle impulse.

Autour de cette fonction centrale, un réseau des correspondants « Éthique et Conformité », nommés par les présidents de chacune des Maisons, coordonne au sein des Maisons le déploiement du programme de conformité, et contribue aux échanges de bonnes pratiques au sein du Groupe.

Par ailleurs, ces instances s'appuient également sur :

- le réseau de correspondants « Responsabilité sociale » désignés au sein des Maisons, qui a pour vocation de structurer les actions à mettre en œuvre et de permettre aux Maisons de se les approprier et de les décliner en fonction de leurs valeurs propres, de leur environnement et des attentes de leurs collaborateurs et clients ;
- la « Commission Environnement » rassemblant un réseau de correspondants « environnement » issus des Maisons. Cette instance représente un forum de réflexion et de discussion autour des grands objectifs (programme LIFE), des opportunités et des enjeux environnementaux ;
- les représentants des Maisons responsables des achats, de certaines filières d'approvisionnement et des relations avec les fournisseurs, rassemblés dans le cadre du séminaire « Achats responsables » afin de faire le point sur les sujets prioritaires, de lancer de nouvelles initiatives et de partager les bonnes pratiques au sein du Groupe ;
- le réseau de correspondants « contrôle interne » animé par la direction de l'Audit et du Contrôle interne de LVMH, qui coordonne la mise en œuvre des dispositifs de pilotage du contrôle interne et de la gestion des risques. Ces correspondants sont chargés, au sein des Maisons, à la fois de veiller au respect des procédures de contrôle interne de LVMH et d'élaborer les contrôles propres à leurs métiers.

Les instances de gouvernance de Groupe Arnault vérifient les travaux déployés par LVMH en matière d'éthique et de conformité, notamment lors de présentations qui sont faites par le directeur Éthique et Conformité de LVMH.

4. Identification des risques

Les activités du Groupe impliquent une exposition à différents risques qui font l'objet d'un travail régulier d'identification et de gestion dans le contexte des évolutions notamment réglementaires. La démarche d'identification des risques que les activités du Groupe sont susceptibles de générer pour ses parties prenantes a été systématisée dans le cadre d'un exercice global de cartographie des risques au titre de la lutte contre la corruption, du respect des droits de l'homme et de la protection de l'environnement, sur la base d'une méthodologie commune couvrant l'ensemble du Groupe.

Cet exercice de cartographie des risques extra-financiers a été effectué en 2018 par LVMH avec l'appui du prestataire externe Verisk Maplecroft, spécialisé dans l'analyse des risques politiques, économiques, sociaux et environnementaux. Il fera l'objet d'une actualisation courant 2020.

La cartographie repose sur le croisement d'indicateurs externes de référence, fournis par ce prestataire, avec des informations qualitatives et quantitatives fournies en interne par les différentes entités de LVMH comme par exemple leur niveau d'activité, les montants d'achats par catégories, le nombre de sites (production, logistique, boutiques) et le nombre de salariés.



Une grande variété de facteurs a été analysée dans ce cadre, selon une approche à la fois géographique et sectorielle : indice de corruption, travail des enfants, salaires et temps de travail décents, discrimination sur le lieu de travail, liberté d'association et syndicale, hygiène et sécurité, travail forcé, qualité de l'air, gestion des déchets, stress hydrique, qualité de l'eau, déforestation, changement climatique, risque de sécheresse...

Sur l'ensemble de ces risques, la cartographie établie distingue les activités administratives, de production et de distribution, et permet de rendre compte des niveaux de risques potentiels générés par les activités en propre de LVMH comme de ceux découlant de sa chaîne d'approvisionnement.

En s'appuyant notamment sur ce travail de cartographie, sur les remontées des réseaux de correspondants éthique et conformité, responsabilité sociale et environnement des Maisons, et sur une appréciation de l'impact et de la probabilité d'occurrence des différents enjeux identifiés, les risques suivants ont été retenus comme « principaux », compte tenu des activités du Groupe, par

les représentants de différentes fonctions centrales et par la direction générale de LVMH :

- l'impact sur les écosystèmes et l'épuisement des ressources naturelles ;
- l'établissement et la continuité de chaînes d'approvisionnement responsables ;
- la préservation de la santé et de la sécurité dans le cadre de nos activités ;
- la perte des savoir-faire et compétences-clés ;
- la mise en œuvre d'une politique d'inclusion et d'épanouissement des collaborateurs ;
- la survenance d'une faille dans la mise en œuvre des règles de protection des données personnelles ;
- la défaillance dans la mise en œuvre des dispositifs de conformité des pratiques d'affaires.

5. Gestion des risques

Dans le souci constant d'améliorer sa maîtrise des risques extra-financiers, le Groupe a mis en place un suivi régulier des risques sur les thématiques de responsabilité éthique, sociale et environnementale.

L'exercice global de cartographie des risques (décrit au point précédent) permet aux Maisons d'identifier les pays et types d'approvisionnement particulièrement significatifs au regard de leur niveau de risque en matière de lutte contre la corruption, de respect des droits humains et de protection de l'environnement et du poids de leurs activités (chiffre d'affaires, montant d'achats, personnels). Ceci permet de renforcer la pertinence des programmes d'audit et actions de mitigation des risques.

Ces informations sont prises en compte dans les lettres d'affirmation portant sur les dispositifs de gestion des risques et de contrôle

interne dans le cadre de la démarche « ERICA », présentée dans la partie « Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne ».

Chaque année, la direction « Éthique et Conformité » de LVMH rend compte de la mise en œuvre de la politique d'éthique et conformité auprès du Comité d'éthique et du développement durable du Conseil d'administration de LVMH et auprès des instances de gouvernance de Groupe Arnault.

Les politiques mises en œuvre pour gérer les risques principaux identifiés ci-dessus, ainsi que les résultats de celles-ci, lorsque pertinent, sont présentés dans la présente section. Des renvois aux parties « Talents et attractivité » et « Environnement et durabilité » sont opérés le cas échéant.

5.1 UN PROGRAMME GLOBAL DE PRÉSERVATION DES ÉCOSYSTÈMES ET RESSOURCES NATURELLES

Parce que ses métiers exaltent la nature dans ce qu'elle a de plus pur et de plus beau, la préserver est pour le Groupe un impératif stratégique. L'intégration de cette exigence dans l'ensemble des activités du Groupe constitue un levier essentiel de sa stratégie de croissance, permettant de répondre aux attentes des parties prenantes et de stimuler constamment l'innovation.

Construit autour de neuf enjeux clés de la performance environnementale du Groupe, le programme global LIFE (LVMH Initiatives For the Environment) permet de structurer cette démarche écologique, de la conception à la vente des produits. Il fait l'objet d'une présentation détaillée dans la partie « Environnement et durabilité ».

5.2 UNE DÉMARCHE D'ÉVALUATION ET D'ACCOMPAGNEMENT DES FOURNISSEURS

Le Groupe attache une grande importance à ce que ses Maisons et leurs partenaires partagent un ensemble commun de règles, d'usages et de principes en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection de l'environnement. La complexité des chaînes d'approvisionnement mondiales implique un risque d'exposition à des pratiques contraires à ces règles et valeurs.

La démarche de gestion responsable des approvisionnements du Groupe a donc pour objet de mobiliser les fournisseurs et l'ensemble des filières concernées autour du respect des exigences éthiques, sociales et environnementales.

De longue date, le Groupe a fait de l'accompagnement de ses fournisseurs un axe stratégique, afin de maintenir avec eux des relations durables mues par une même quête d'excellence. Le Groupe développe une démarche globale visant à s'assurer de l'adoption par ses partenaires de pratiques respectueuses de l'environnement et des droits humains.

Cette démarche repose sur l'articulation entre :

- l'identification des zones prioritaires, éclairée notamment par l'exercice de cartographie des risques extra-financiers couvrant les activités du Groupe et de ses fournisseurs directs par type d'activités ;
- les audits de sites de nos fournisseurs de rang 1 ou au-delà, permettant de vérifier sur le terrain la correcte mise en œuvre des exigences du Groupe ;
- les actions d'accompagnement et de formation des fournisseurs ;
- la participation active à des initiatives intersectorielles couvrant les filières à risques.

Dans une large mesure, les actions déployées mêlent à la fois les problématiques liées au respect de l'environnement et au respect des droits humains.

Identification des priorités

L'exercice de cartographie des risques extra-financiers, décrit au point 4, a vocation à éclairer l'identification des fournisseurs à auditer en priorité. Sont pris en compte les risques relatifs aux pays, aux catégories d'achats et aux montants d'achats considérés.

En complément, le Groupe a continué à renforcer en 2019 sa participation à la plateforme EcoVadis qui permet d'identifier les fournisseurs les plus à risques en évaluant leur performance éthique, sociale et environnementale via la collecte de données documentaires, de veilles externes et de recherches sur internet. En 2019, plus de mille fournisseurs ont été invités à participer à cette démarche. Deux tiers des fournisseurs réévalués ont amélioré leur score. La moyenne du portefeuille évalué a

progressé de 12 points depuis la première évaluation. Après la direction Achats Groupe, Louis Vuitton et la branche Parfums et Cosmétiques, de nouvelles Maisons ont adhéré en 2019 : Sephora en Europe et aux États-Unis, ainsi que la branche Vins et Spiritueux.

Actions d'évaluation et plans de remédiation

Les Maisons du Groupe se singularisent par une très forte internalisation dans la fabrication de leurs produits, et la sous-traitance de production ne représente qu'une part réduite du coût des ventes. Le Groupe est donc en mesure de veiller directement au respect de conditions de travail sûres et respectueuses des droits humains pour une part conséquente de sa production.

Les Maisons mettent en œuvre des mesures de diligence raisonnable et mènent des audits de vérification auprès de leurs fournisseurs et, au-delà du rang 1, auprès de sous-traitants, afin de s'assurer qu'ils répondent bien aux exigences des Codes de conduite Fournisseurs du Groupe.

Une clause est intégrée aux contrats passés avec les fournisseurs de matières premières et composants avec lesquels le Groupe entretient des relations directes, les obligeant à être transparents sur leur supply-chain en déclarant leurs sous-traitants.

S'agissant de certaines Maisons, les audits menés au-delà du rang 1 sont majoritaires, comme par exemple chez Givenchy Couture, où plus des deux tiers des audits menés en 2019 portaient sur des sous-traitants de fournisseurs directs.

Les Maisons travaillent avec les fournisseurs directs dans une logique collaborative et les accompagnent dans le déploiement des audits et des éventuels plans de remédiation.

Pour mener à bien ces audits, le Groupe fait appel à des entreprises indépendantes spécialisées. En 2019, 1 589 audits (hors évaluations EcoVadis) ont été réalisés chez 1 261 fournisseurs et sous-traitants. La moitié de ces audits couvre à la fois les aspects sociaux (santé-sécurité, travail forcé, travail des enfants, salaires décents, temps de travail, discriminations, liberté d'association et de revendication, droit de grève) et environnementaux (système de management des aspects environnementaux, utilisation et pollution de l'eau, émission de gaz et pollution atmosphérique, gestion des produits chimiques, gestion des déchets, type de matières premières utilisées). D'autres sont uniquement sociaux (36 %) ou uniquement environnementaux (14 %).

Les Maisons continuent à concentrer leurs efforts sur des ré-audits (représentant 23 % des audits réalisés en 2019) ainsi que sur les audits de fournisseurs potentiels avant le lancement de la phase de production. Ainsi, 15 relations commerciales n'ont pas été initiées en 2019 en raison de conclusions insatisfaisantes des audits.

	Europe	Asie	Amérique du Nord	Autres
Répartition des fournisseurs toutes catégories (en %)	66	13	14	7
Répartition des audits (en %)	76	22	1	1



Certaines Maisons complètent leurs audits en utilisant des solutions permettant de recueillir directement les avis d'employés de fournisseurs sur leurs conditions de travail. Ces enquêtes permettent d'avoir une vision plus précise des conditions de travail sur les sites concernés, tels que du travail forcé ou du harcèlement qui peuvent ne pas être détectés lors des audits. Ces enquêtes totalement anonymes et confidentielles sont administrées via la plateforme WeChat. En 2019, Sephora USA a piloté avec Elevate (société d'audit) quatre missions de ce type (une en Chine et trois aux États-Unis) lors d'audits sur site.

En 2019, 36 % des fournisseurs audités ne répondaient pas aux exigences définies par le Groupe, selon une échelle de performance à quatre niveaux, tenant compte du nombre et de la gravité des non-conformités constatées – dont 6 % avec des non-conformités jugées critiques. Des plans d'action correctifs sont systématiquement définis avec les fournisseurs concernés, dont la mise en œuvre fait l'objet d'un suivi par l'acheteur responsable au niveau de la Maison. L'appui de consultants externes spécialisés est parfois proposé : c'est systématiquement le cas chez Fendi, Loro Piana ou encore Bvlgari Joaillerie.

Lorsqu'en dépit de l'accompagnement proposé par le Groupe, le fournisseur ou ses sous-traitants ne se montrent pas prêts à consentir les efforts nécessaires pour satisfaire aux exigences requises, il est mis fin à la relation. Ainsi en 2019, vingt et un cas de rupture ont été recensés, concernant pour la grande majorité des sous-traitants de rang 2, d'un commun accord avec le fournisseur direct.

Actions de formation des fournisseurs et acheteurs

Dans une logique continue d'accompagnement et d'amélioration, des formations sont régulièrement proposées par le Groupe à ses fournisseurs. Ainsi, en 2019 :

- la seconde édition du « Management des produits chimiques » s'est tenue en partenariat avec PoliMi en février à Milan. Cette initiative sectorielle a été portée par les principales Maisons de mode basées en Italie. Quatre-vingts fournisseurs du Groupe ont participé à cet événement. Cela a permis d'identifier différents axes de travail ;
- vingt-sept fournisseurs italiens du Groupe, représentés par quarante participants, ont participé en septembre à Milan à une formation organisée sur les approvisionnements en coton responsable, en partenariat avec des membres de la Better Cotton Initiative (BCI) ;
- Bvlgari Joaillerie a invité 97 fournisseurs (fabricants, tailleurs de pierre, produits semi-finis) à trois sessions de formation collectives sur les enjeux et plans d'actions-clé en matière de responsabilité sociale ;
- Sephora USA et Europe, ainsi que plusieurs autres Maisons du Groupe (Givenchy, Kenzo, TAG Heuer, etc.) ont réalisé en décembre une formation à Shenzhen auprès de 59 managers de sites fournisseurs basés en Chine. Cette formation a porté sur les aspects des droits humains, de la santé et de la sécurité, de l'environnement. De nouvelles sessions seront menées en 2020.

Parallèlement, le Groupe veille à la formation de ses acheteurs sur les sujets relatifs aux achats responsables. Ainsi, en 2019 :

- Christian Dior Couture a réalisé une formation de ses acheteurs sur la gestion des produits chimiques. Cette formation a été animée par une société externe d'audit ;
- Loewe a réuni l'ensemble de ses acheteurs de matières premières pour les sensibiliser et revoir le niveau de conformité de l'ensemble de ses fournisseurs ;
- environ 130 personnes ont participé au séminaire « Achats responsables » annuel organisé en novembre sur une journée par la direction Achats du Groupe, en collaboration avec les directions Environnement et Éthique et Conformité. Ce rendez-vous a permis, lors de « places de marché », de partager des expériences et d'échanger sur les bonnes pratiques entre les Maisons sur les enjeux de responsabilité sociale et environnementale.

Participation à des initiatives multipartites couvrant les filières à risques

Outre les actions menées auprès de ses fournisseurs directs, le Groupe, par l'intermédiaire de LVMH, participe à des initiatives visant à renforcer la visibilité sur les chaînes d'approvisionnement et réseaux de sous-traitants, pour être en mesure de mieux évaluer et accompagner l'ensemble des acteurs.

Les enjeux spécifiques aux différents secteurs d'activité du Groupe ont conduit à la mise en place de groupes de travail (appelés « coordinations ») et au déploiement de programmes ciblés. De manière générale, les initiatives sectorielles réunissant de nombreux donneurs d'ordre sont privilégiées pour renforcer l'efficacité et la capacité d'influence sur les pratiques des sous-traitants.

S'agissant des Maisons de Montres et Joaillerie, les filières d'extraction minière, très fragmentées et laissant une large part à l'économie informelle, présentent des risques importants en matière d'atteinte aux droits humains et font l'objet à ce titre d'engagements forts de la part des Maisons, dans le cadre du programme LIFE 2020, en matière de garantie d'approvisionnements en or certifiés par le Responsible Jewellery Council (RJC). LVMH contribue également, avec des fournisseurs et autres concurrents pionniers, au Coloured Gemstones Working Group piloté par The Dragonfly Initiative, société de conseil en développement durable, pour mieux encadrer les conditions d'approvisionnement en pierres de couleur.

Les Maisons de Parfums et Cosmétiques ont rejoint l'initiative Responsible Beauty Initiative pilotée par EcoVadis pour développer des plans d'action répondant aux enjeux propres à leurs activités en collaboration avec des acteurs majeurs du secteur. La Branche est par ailleurs engagée dans la Responsible Mica Initiative, qui a pour objectif de mutualiser les ressources de différents acteurs du secteur pour garantir des conditions de travail acceptables dans ces filières d'ici 2022. Un travail de cartographie des filières d'approvisionnement indiennes en mica, engagé en 2015 et suivi d'un programme d'audit jusqu'aux mines, leur permet de couvrir plus de 80 % de leurs approvisionnements.

Le groupe d'activités a également rejoint l'initiative « Action for Sustainable Derivatives », une collaboration co-gérée et animée par BSR et Transitions. L'initiative rassemble de grandes sociétés du secteur de la cosmétique ainsi que de l'oléochimie dont les objectifs communs sont d'améliorer la traçabilité de la filière des dérivés de palme et les pratiques et conditions tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

S'agissant des Maisons de Mode et Maroquinerie, les filières cuir et coton font l'objet d'exigences particulières de traçabilité intégrées dans le programme LIFE 2020. La traçabilité du cuir

est intégrée via le score établi dans le cadre des audits du standard Leather Working Group. S'agissant du coton, 70% des approvisionnements devront répondre à des critères durables (tels que les référentiels « GOTS », « Certified recycled », « BCI ») en 2020.

Pour l'ensemble des Maisons, les achats d'éléments d'emballage font l'objet d'une attention particulière en raison de la fragmentation des chaînes de production dans ce secteur. Des outils sont déployés pour évaluer et améliorer la performance environnementale des emballages.

5.3 UN SOUCI CONSTANT DE QUALITÉ ET DE SÉCURITÉ DANS LE CADRE DE NOS ACTIVITÉS

Les Maisons du Groupe s'attachent en permanence à proposer des produits de la plus haute qualité par la recherche et l'innovation, par une grande exigence dans la sélection des matières et dans la mise en œuvre des savoir-faire de leurs métiers. Le Groupe est animé du souci constant de préserver la santé et la sécurité de ses parties prenantes.

S'agissant de ses propres collaborateurs, le Groupe met en œuvre une démarche de santé-sécurité et de bien-être au travail, présentée dans la partie « Talents et attractivité ».

S'agissant des employés des fournisseurs, les audits sociaux menés auprès des fournisseurs de rang 1 et supérieur comprennent parmi leurs critères d'évaluation les aspects liés à la santé et à la sécurité (cf. 5.2).

S'agissant de ses clients, le Groupe porte une attention particulière à deux enjeux principaux : l'utilisation avisée de composés chimiques dans les processus de production et la promotion d'une consommation responsable des vins et spiritueux.

Une utilisation avisée de composés chimiques dans les processus de production

Soucieux de prévenir les risques inhérents à l'utilisation de composés chimiques, le Groupe respecte les textes réglementaires, les recommandations des associations professionnelles et les avis des comités scientifiques sur ce sujet. Le Groupe cherche constamment à anticiper ces évolutions en mettant à contribution l'expertise de ses collaborateurs au service de produits plus sûrs.

Les experts du Groupe participent régulièrement aux groupes de travail des autorités nationales et européennes et sont très actifs au sein des organisations professionnelles. Leur travail de veille sur l'évolution des connaissances scientifiques et des réglementations conduit régulièrement les Maisons du Groupe à bannir l'utilisation de certaines substances et à travailler à la reformulation de certains produits.

Les Maisons du Groupe mettent à disposition de leurs clients des services de relation clientèle permettant l'analyse de toute réclamation, y compris celles liées aux effets indésirables.

S'agissant du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques, une équipe dédiée à la cosmétovigilance tient à la disposition des Maisons un réseau européen de professionnels de santé capables d'intervenir rapidement auprès des consommateurs en cas d'effets secondaires indésirables. Le suivi des produits après leur mise sur le marché permet d'explorer de nouvelles pistes de recherche et d'améliorer sans cesse leur qualité et leur bonne tolérance. Les Maisons de ce groupe d'activités respectent les législations internationales les plus sévères en matière de sécurité, dont le règlement européen relatif aux produits cosmétiques. Leurs produits doivent répondre aux exigences internes très strictes de développement, de contraintes de qualité, de traçabilité et de sécurité des produits.

Les Maisons des groupes d'activités Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie se sont dotées d'un standard interne interdisant ou restreignant la présence de certaines substances dans les articles mis sur le marché et leur utilisation par les fournisseurs : la « LVMH Restricted Substances List ». Ce standard, qui s'applique notamment aux pièces métalliques, va au-delà des prescriptions réglementaires et est régulièrement mis à jour grâce à un travail de veille scientifique constant. En 2019, LVMH a rejoint l'organisation professionnelle ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) qui vise à déployer les meilleures pratiques quant à l'utilisation de substances dangereuses sur les sites de fabrication des filières du textile et du cuir.

Pour accompagner les fournisseurs dans l'élimination des substances figurant dans cette liste, des guides techniques spécifiques proposant des alternatives ont été élaborés par la direction de l'Environnement du Groupe. Des formations sont régulièrement organisées sur ce sujet.

Autre outil interne, le « LVMH Testing Program » renforce le système de contrôle des Maisons du groupe d'activités Mode et Maroquinerie : il leur permet en effet de tester dans cinq laboratoires partenaires les substances jugées les plus à risque en fonction des matières.



Moët Hennessy, ambassadeur d'une consommation responsable des vins et spiritueux

Les Maisons de vins et spiritueux du Groupe sont mobilisées dans la lutte contre les pratiques de consommation inappropriée de boissons alcoolisées. Depuis de nombreuses années, Moët Hennessy promeut une consommation responsable de ses champagnes, vins et spiritueux. Cet engagement se matérialise à travers une diversité d'actions à destination des collaborateurs, des consommateurs, et des invités et visiteurs de ses Maisons.

Moët Hennessy s'impose, outre le respect scrupuleux des réglementations locales, des règles d'autodiscipline pour l'ensemble de ses communications et pratiques marketing et suit des lignes directrices strictes en matière de communication digitale tel que le filtrage des mineurs sur les sites internet de ses Maisons.

Sur toutes les bouteilles de vin et de champagne vendues dans l'Union européenne (sauf en France pour des raisons légales), Moët Hennessy appose des mentions relatives à des sites internet tels que www.wineinmoderation.com pour les vins, www.responsibleddrinking.eu pour les spiritueux ou www.drinkaware.co.uk au Royaume-Uni, qui offrent aux consommateurs des informations relatives à la consommation responsable de produits alcoolisés. Des liens vers ces sites sont aussi disponibles sur les sites internet des Maisons de ce groupe d'activités.

La sensibilisation des consommateurs passe également par leur éducation. Ainsi, chaque année les équipes de Moët Hennessy forment des centaines de consommateurs aux rituels de dégustation de ses produits d'exception.

Moët Hennessy continue à former ses collaborateurs à la consommation responsable, notamment à travers une nouvelle application mobile interne, et à déployer sa campagne de communication rappelant aux collaborateurs qu'ils sont « tous ambassadeurs d'une consommation responsable ».

Partant du constat que la consommation responsable est l'affaire de toute la filière, Moët Hennessy a développé un programme de formation entièrement numérique destiné aux élèves des écoles hôtelières avec lesquelles sont conclus des partenariats. L'objectif est de s'assurer que les personnes qui seront amenées à servir les produits des Maisons de Moët Hennessy, connaîtront et auront à cœur de transmettre les principes d'une consommation responsable.

Enfin, Moët Hennessy poursuit son soutien actif aux programmes de consommation responsable initiés par les organisations sectorielles dont elle est membre à travers le monde. Moët Hennessy est en particulier l'une des trois entreprises ambassadrices de l'association Wine in Moderation, qui soutient activement une culture du vin faisant partie d'un mode de vie sain et équilibré.

5.4 UN EFFORT PERMANENT D'ATTRACTION ET D'ACCOMPAGNEMENT DES TALENTS

La mise en œuvre de notre stratégie de croissance, d'internationalisation et de digitalisation repose sur la capacité du Groupe à identifier les talents en adéquation avec ses besoins et à attirer ces profils prometteurs dans un environnement très concurrentiel. La spécificité et l'exigence des métiers du luxe nécessitent en particulier le recrutement de collaborateurs maîtrisant d'exceptionnels savoir-faire artisanaux. La promotion de nos métiers, la transmission des compétences et la formation

des artisans-créateurs de demain sont donc pour le Groupe des enjeux fondamentaux.

C'est pourquoi le déploiement d'initiatives de recrutement innovantes, la mise en place et l'animation de partenariats académiques et de programmes de formation professionnelle sont des axes majeurs de notre politique de Ressources humaines, détaillés dans la partie « Talents et attractivité ».

5.5 UNE ATTENTION CONSTANTE PORTÉE À L'INCLUSION ET À L'ÉPANOUISSEMENT DES COLLABORATEURS

Le Groupe s'efforce en permanence de créer les conditions permettant à ses collaborateurs de développer tout leur potentiel au service de son succès. Dans un contexte de mutation des attentes professionnelles, favoriser l'épanouissement et les aspirations de nos collaborateurs et valoriser la diversité et la richesse humaine constituent des enjeux importants.

C'est pourquoi le souci du bien-être au travail, l'accompagnement des parcours de carrière, la réduction des inégalités entre les femmes et les hommes, l'intégration des travailleurs handicapés et le maintien dans l'emploi des seniors constituent des priorités de notre politique de Ressources humaines, détaillées dans la partie « Talents et attractivité ».

5.6 UNE POLITIQUE D'INTÉGRITÉ DANS LA CONDUITE DES AFFAIRES

Le Groupe exige de ses collaborateurs et partenaires un comportement exemplaire en matière d'intégrité.

Toute défaillance dans la prévention et la détection, dans le cadre de ses activités, de pratiques contraires aux réglementations applicables est susceptible de porter une atteinte grave à la réputation du Groupe, de générer une perturbation de ses activités et de l'exposer, le cas échéant, à différents types de sanctions administratives et judiciaires (amendes, retrait d'autorisations, mise en cause de collaborateurs et dirigeants...).

Souvent dotées d'une dimension extraterritoriale, les législations relatives à la prévention de la corruption et aux autres formes de délits économiques, ainsi que les politiques de sanctions internationales donnent de plus en plus fréquemment lieu à des actions d'application et au prononcé de sanctions judiciaires et pécuniaires.

Désormais, la responsabilité personnelle des dirigeants du Groupe peut être engagée pour manquement à l'obligation de mise en œuvre des mesures de prévention et détection adéquates, y compris, le cas échéant, en l'absence d'activité illicite constatée.

Groupe d'envergure mondiale, le groupe Financière Agache intervient par l'intermédiaire de sa filiale LVMH dans de nombreux pays à travers le monde, y compris dans des États dont le niveau de maturité en matière d'éthique des affaires est jugé insatisfaisant par les classements internationaux de référence.

Le Groupe participe aux recettes publiques des États et régions dans lesquels il exerce ses activités, et veille à respecter l'ensemble de ses obligations en matière fiscale. La gestion des risques liés à sa politique fiscale est décrite dans le chapitre « Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne » au point 1.3.2.

Compte-tenu de son modèle d'affaires, le Groupe ne conclut pas de contrats commerciaux significatifs avec des gouvernements : le Groupe n'est dès lors pas sujet aux risques de corruption associés à la commande publique.

Toutefois, la conduite de nos activités implique des interactions avec des autorités publiques, notamment pour l'octroi d'autorisations et permis divers. De même, dans un souci d'échange et de coopération avec les autorités et les décideurs, le Groupe contribue au débat public des pays où cela s'avère autorisé et pertinent pour ses activités. Cette intervention du Groupe dans la sphère publique s'inscrit dans le respect des lois et des règles propres aux institutions et organisations concernées, et le Groupe est inscrit aux registres des représentants d'intérêts là où son activité le nécessite.

D'autre part, le Groupe est susceptible d'être exposé, au même titre que toute entreprise privée, au risque de corruption vis-à-vis de partenaires d'affaires privés.

Compte-tenu de la diversité des secteurs d'activité et du modèle d'organisation décentralisé du Groupe, les Maisons ont développé des politiques propres à leurs contextes d'activité respectifs. Au niveau central, la direction Éthique et Conformité de LVMH développe et coordonne le déploiement d'initiatives transversales visant à renforcer les dispositifs de conformité existants au sein du Groupe, et à en assurer la cohérence.

Des actions de communication, sensibilisation et formation visant à développer la vigilance de tous les collaborateurs sont mises en œuvre. En outre, sont mis en place des règles, procédures et outils communs, visant à faciliter au quotidien la prévention et la détection, par les opérationnels, de comportements prohibés.

Actions de communication, sensibilisation et formation

Points d'information clés sur la politique d'éthique et conformité, les sites intranet « Éthique et Conformité » de Groupe Arnault et de LVMH mettent à disposition de tous les collaborateurs un ensemble de documents, outils et informations relatifs à l'éthique des affaires.

Les Codes de conduite et les systèmes d'alerte interne font l'objet d'une communication spécifique à l'occasion de l'accueil de nouveaux collaborateurs, sous la responsabilité des directions des Ressources humaines compétentes. Un outil de formation en ligne a été mis à la disposition de l'ensemble des collaborateurs au sein de l'Intranet « Éthique et Conformité » de LVMH afin de favoriser la compréhension et l'assimilation par chacun des règles, pratiques et valeurs qu'exposent les Codes de conduite du Groupe. Ce module est disponible en une dizaine de langues.

Des actions de sensibilisation sont menées par la direction Éthique et Conformité de LVMH qui intervient lors d'événements internes dans différentes régions et auprès de différentes fonctions. Ainsi, au titre de 2019, des interventions ont notamment eu lieu auprès de la communauté des contrôleurs internes à New York, Hong Kong et Paris ; auprès des directions juridiques à Paris ; auprès de la communauté des Achats responsables à Milan et New York.

À l'occasion du séminaire annuel dédié à la politique d'éthique et conformité des 10 et 11 octobre 2019, Antonio Belloni, Directeur général délégué de LVMH, a adressé un message fort aux correspondants Éthique et Conformité, relayé auprès des Présidents des Maisons du Groupe, pour réaffirmer l'engagement du Groupe en la matière et accélérer le déploiement de mesures de prévention et détection des risques d'atteinte à l'intégrité dans l'ensemble du Groupe.

Un module de formation en ligne de 45 minutes spécifiquement dédié à l'anti-corruption a été développé par le Groupe et mis à la disposition des Maisons afin de constituer un tronc commun, en complément des dispositifs de formation préexistants. Ce module cible les personnels identifiés comme particulièrement exposés au risque de corruption, et fait l'objet d'une évaluation. Depuis sa mise à disposition fin 2018, ce module a été suivi avec succès par plusieurs milliers de collaborateurs à travers le Groupe.

Disponible en trois langues (français, anglais, chinois, d'autres traductions sont en cours), ce module :

- rappelle la politique de tolérance zéro du Groupe en matière de corruption ;
- relaie l'engagement du Président-directeur général et du Directeur général délégué du Groupe en faveur de comportements responsables et irréprochables ;



- définit et illustre les notions de corruption et de trafic d'influence ;
- fournit un aperçu des politiques, de la gouvernance et des outils du programme de conformité anti-corruption du Groupe ;
- illustre les conséquences négatives de la corruption sur la société civile et les entreprises ;
- fournit des informations sur les législations anti-corruption applicables dans le monde et les obligations des entreprises en matière de lutte contre la corruption ;
- introduit le concept de diligence raisonnable sur les tierces parties en matière de lutte contre la corruption et les principaux éléments à vérifier ;
- est ponctué par des études de cas et des questionnaires pour s'assurer que les collaborateurs ont bien retenu les concepts principaux.

Règles, procédures et outils

Les Codes de conduite de Groupe Arnault et de LVMH définissent et illustrent les comportements à proscrire, notamment ceux susceptibles de caractériser des faits de corruption et de trafic d'influence. Ils affirment le principe de « tolérance zéro » en la matière.

En complément des Codes de conduite, le Groupe s'est doté de principes directeurs internes, un ensemble de documents applicables dans toutes ses entités, ayant vocation à être utilisés comme un guide de référence pour aider les collaborateurs à adopter les comportements appropriés, sur différents sujets liés à l'éthique des affaires. Ces principes abordent en particulier :

- la lutte contre la corruption et le trafic d'influence, avec des éléments de définition de ces notions et l'identification d'un certain nombre de comportements suspects devant inciter les collaborateurs à la plus grande vigilance ;
- la pratique des cadeaux et invitations, et les règles impératives en la matière ;
- la prévention du blanchiment de capitaux, rappelant notamment l'existence de plafonds de paiement en espèces et de formalités déclaratives pour les règlements importants ;
- les règles de prévention, signalement et résolution des situations de conflit d'intérêts – à cet égard, chaque année, une campagne de déclaration des conflits d'intérêts est conduite au sein des instances dirigeantes du Groupe et au sein des Maisons ;
- l'usage des actifs du Groupe et des Maisons, rappelant entre autres le caractère temporaire de la mise à disposition de ces actifs, et l'obligation d'en faire un usage professionnel et consciencieux ;
- les prêts de vêtements et accessoires des Maisons à des collaborateurs ou personnes extérieures au Groupe ;
- la politique du Groupe relative aux déplacements et à la sécurité, qui inclut des règles relatives à l'autorisation des déplacements et au paiement des notes de frais.

Ces principes directeurs internes invitent les collaborateurs à se poser les bonnes questions et à faire preuve d'un sens des responsabilités en attirant leur attention sur un certain nombre de points de vigilance clés. Ils comprennent un certain nombre d'exemples pratiques pour illustrer les types de comportement à adopter dans les situations problématiques.

Ces principes constituent un tronc commun ayant vocation à être décliné dans les différentes entités.

Le référentiel de contrôle interne de LVMH intègre un socle d'exigences minimales en matière d'éthique et conformité qui font l'objet d'auto-évaluations et vérifications dans les différentes entités du Groupe (comme il est précisé dans la partie « Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne »).

En complément des canaux habituels de communication et d'alerte existants au sein du Groupe et des Maisons, LVMH a mis en place un dispositif d'alerte interne centralisé, disponible en une dizaine de langues, permettant le recueil et le traitement de signalements soumis par tout collaborateur concernant des atteintes ou risques d'atteinte sérieux à la loi, au règlement, ainsi qu'aux dispositions des Codes de conduite du Groupe ou à d'autres principes, lignes directrices et politiques internes.

Sont couverts les comportements suivants :

- la corruption et le trafic d'influence ;
- le blanchiment d'argent, la fraude, la falsification de livres et registres ;
- le détournement d'actifs ;
- les pratiques anticoncurrentielles ;
- la violation de la protection des données ;
- la discrimination, le harcèlement, les violences ou menaces ;
- les infractions aux normes sociales et au droit du travail, emploi illégal ;
- les infractions aux réglementations sur la santé et la sécurité au travail, violation des réglementations sur la protection de l'environnement ;
- les pratiques contraires à l'éthique.

Les alertes traitées dans le cadre des dispositifs dédiés permettent, le cas échéant, d'enrichir les processus d'identification et de prévention des risques, dans une logique d'amélioration continue.

Le dispositif d'alerte interne du Groupe n'a pas donné lieu, au titre de l'exercice 2019, à des signalements portant sur des situations susceptibles de constituer des faits de corruption ou de trafic d'influence.

Le non-respect par les collaborateurs des règles fixées par les Codes de conduite, par les principes directeurs et plus généralement par le Règlement intérieur (ou tout document équivalent) de la Maison qui les emploie, conduit le Groupe à prendre les mesures appropriées visant à mettre fin au manquement constaté, ceci incluant toute sanction disciplinaire adaptée et proportionnée à la gravité de l'atteinte, conformément aux dispositions du Règlement intérieur en vigueur (ou tout document équivalent), des lois et des réglementations applicables.

5.7 UNE GESTION RESPONSABLE DES DONNÉES PERSONNELLES

Afin de proposer à leurs clients des produits et expériences d'exception, adaptés à leurs attentes, les Maisons du Groupe doivent disposer de données clients de qualité et s'engagent dès lors à assurer la protection des données collectées.

À l'heure où le Groupe innove et se différencie par une ambitieuse stratégie numérique tournée vers ses clients et leurs aspirations, chaque Maison veille à se conformer aux réglementations applicables en matière de données personnelles et notamment au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).

Le respect de la réglementation applicable en matière de protection des données personnelles impose la mise en place d'une gouvernance adéquate au sein du Groupe. Ainsi chaque Maison du Groupe s'est dotée d'un délégué à la protection des données (Data Protection Officer, « DPO ») qui pilote avec l'appui des départements juridique et cybersécurité, et en étroite collaboration avec les métiers (IT, digital, marketing, RH, etc.), la mise en conformité des activités de chaque Maison.

Cela requiert également la diffusion d'une culture de protection des données personnelles qui irrigue l'ensemble des activités et des métiers du Groupe ainsi que la prise en compte des évolutions techniques et méthodologiques. À cet égard, le Groupe et ses Maisons dispensent régulièrement des formations et sessions de sensibilisation aux problématiques liées à la protection des données personnelles en présentiel et/ou en e-learning. Les chartes de données personnelles à destination des clients et des collaborateurs des Maisons du Groupe ont été révisées afin de les informer de leurs droits et de leurs obligations en matière de données personnelles, conformément au principe de transparence prôné par le RGPD.

Une politique de cybersécurité exigeante est également appliquée au sein du Groupe afin de tenir la promesse d'une expérience client renouvelée sans faillir aux engagements de sécurité, de confidentialité, d'intégrité et de disponibilité des données. Ainsi, le Groupe et ses Maisons veillent non seulement à la sécurité de leurs propres systèmes d'information mais également au niveau de sécurité des produits et services fournis par les prestataires tiers auxquels le Groupe et ses Maisons font appel. Les prestataires ayant accès aux données du Groupe et/ou de ses Maisons font l'objet d'une analyse portant sur les mesures techniques et organisationnelles qu'ils mettent en œuvre afin de s'assurer qu'ils présentent un niveau de sécurité suffisant et adapté à leurs missions. Des politiques spécifiques en matière de prévention et de gestion des incidents de cyber-sécurité sont également appliquées au sein du Groupe.

De manière générale, les projets menés par le Groupe et/ou ses Maisons donnent lieu à la rédaction d'une note (Security and Privacy risk Assessment) permettant d'établir que les problématiques liées à la sécurité et à la protection des données personnelles ont bien été prises en compte par les métiers (« Security and Privacy by design »), que seules les données personnelles nécessaires aux finalités poursuivies sont effectivement collectées et traitées (« Privacy by default ») et que les analyses d'impacts relatives à la protection des données qui doivent être menées ont été identifiées.

Dans un souci de cohérence et d'efficacité, une politique de protection des données est proposée aux Maisons afin de leur fournir un référentiel commun de règles et de recommandations permettant d'assurer une protection adéquate des données personnelles au sein du Groupe, dans le respect des réglementations applicables.

Cette politique définit un programme de conformité Groupe en matière de protection des données personnelles, visant à mettre en place une gouvernance claire et transparente pour gérer ces problématiques, ainsi qu'un ensemble de directives, organisations et processus communs. Des modèles de registre de traitement, d'analyse d'impact, de notices d'information, de questionnaire sécurité et de clauses de données personnelles à insérer dans les contrats conclus avec les sous-traitants de données personnelles sont également fournis aux Maisons par le Groupe, que chaque Maison adapte ensuite à son propre contexte.

Le Groupe dispose par ailleurs de Règles Contraignantes d'Entreprises (également appelées Binding Corporate Rules, « BCR ») validées par la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) afin d'encadrer les transferts internationaux au sein du Groupe de données personnelles de collaborateurs et de candidats.

Une campagne d'audit et d'évaluation annuelle est menée dans le cadre du contrôle interne ou celui de l'Audit interne des Maisons afin d'évaluer le respect de leurs engagements en matière de protection des données personnelles.

Enfin, des communautés d'échange et de partage d'expériences, regroupant les DPO et leurs relais locaux ainsi que les responsables sécurité et responsables juridiques des Maisons du Groupe se réunissent régulièrement afin d'échanger sur des problématiques communes liées à la protection des données personnelles avec pour objectif d'améliorer sans cesse les pratiques en cette matière.



6. Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration consolidée de performance extra-financière

À l'Assemblée générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1681 (portée d'accréditation disponible sur le site www.cofrac.fr) et membre du réseau de l'un des Commissaires aux comptes de votre société (ci-après « entité »), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2019 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le Rapport de gestion en application des dispositions des articles L. 225102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande auprès de la Direction Environnement et de la Direction des Ressources Humaines du groupe LVMH.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du Code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225105 du Code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ni sur la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 2251 et suivants du Code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes relative à cette intervention et à la norme internationale ISAE 3000⁽¹⁾ :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^e alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour tous les risques, nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités listées ci-après :
 - pour les risques environnementaux : Activité Vins et Spiritueux : MHCS (France), Hennessy (France), Glenmorangie (Ardberg, Écosse), Chandon Argentina (Argentine) ; Activité Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior (Saint-Jean-de-Braye, France), Guerlain La Roche (Chartres, France) ; Activité Mode et Maroquinerie : Loro Piana (Quarona, Italie), Christian Dior Couture (Paris, France), Tanneries Roux (Romans-sur-Isère, France), Loewe Maison et magasins (Getafe, Espagne) ; Activité Montres et Joaillerie : Bvlgari (Valenza, Italie), Hublot (Nyon, Suisse) ; Activité Distribution sélective : Sephora North America (Sephora BDC, Canada et Sephora USA) ; Sephora North Asia, South-East Asia, Middle East (Neuilly, France) ; Le Bon Marché (Paris, France) ; DFS (Hong Kong) ; Autres activités : siège Les Echos-Le parisien (Paris, France),
 - pour les risques sociaux : Activité Vins et Spiritueux : Glenmorangie (Edimbourg, Écosse) ; Activité Parfums et Cosmétiques : Benefit Cosmetics UK (Londres, Royaume-Uni), Parfums Christian Dior UK (Londres, Royaume-Uni) ; Activité Mode et Maroquinerie : Christian Dior Couture (Paris, France) ; Activité Montres et Joaillerie : Bvlgari Gioielli S.P.A (Valenza, Italie) ; Activité Distribution sélective : Sephora SAS (Neuilly, France), DFS (Singapour) ; Autres activités : Les Echos (Paris, France),
 - pour les risques sociétaux :
 - approvisionnements responsables : Moët-Hennessy (Paris, France), Parfums Christian Dior (Neuilly, France), Christian Dior Couture (Paris, France), Sephora Europe Middle-East (Neuilly, France),
 - protection des données personnelles : Louis Vuitton Malletier (Paris, France), Sephora SAS (Neuilly, France),
 - conformité des pratiques d'affaires : Fendi (Rome, Italie), Moët-Hennessy (Paris, France) ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;

(1) ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information.



- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions,
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices listées ci-dessus et couvrent entre 8% et 84% des données consolidées sélectionnées pour ces tests (10% des effectifs, 48% des consommations d'énergie et en moyenne 27% des approvisionnements certifiés) ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de trois personnes et se sont déroulés entre décembre 2019 et mai 2020 sur une durée totale d'intervention d'environ une semaine.

Nous avons mené une quinzaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration représentant notamment les directions générale, administration et finances, gestion des risques, éthique et conformité, ressources humaines, environnement et achats.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Paris-La Défense, le 13 mai 2020

L'Organisme Tiers Indépendant

EY & Associés

Jean-François Bélorgey
Associé

Éric Duvaud
Associé, Développement Durable

ANNEXE 1 : INFORMATIONS CONSIDÉRÉES COMME LES PLUS IMPORTANTES

Informations sociales

Informations quantitatives

(incluant les indicateurs clés de performance)

- Répartition de l'effectif inscrit au 31 décembre par sexe et catégorie professionnelle
- Recrutements en CDI du 1^{er} janvier au 31 décembre (répartition par sexe)
- Taux de turnover des salariés en CDI du 1^{er} janvier au 31 décembre (répartition par motif)
- Part des salariés en CDI formés selon les catégories professionnelles
- Nombre de jours de formation des salariés en CDI
- Taux d'absentéisme par motif
- Taux de fréquence des accidents du travail
- Taux de gravité des accidents du travail

Informations qualitatives (actions ou résultats)

- L'attraction et la formation des étudiants et des jeunes diplômés
- La prévention des discriminations dans le recrutement
- La formation et l'accompagnement des collaborateurs dans leurs parcours professionnels
- La santé et la sécurité au travail

Informations environnementales

Informations quantitatives

(incluant les indicateurs clés de performance)

- Part des sites industriels certifiés ISO 14 001 (%)
- Consommations d'énergie totales (MWh)
- Émissions de gaz à effet de serre liées aux consommations d'énergie (tonnes équivalent CO₂)
- Consommation totale d'eau pour les besoins « process » (m³)
- Demande chimique en oxygène après traitement (tonnes/an)
- Total de déchets produits (tonnes)
- Total de déchets dangereux produits (tonnes)
- Taux de valorisation des déchets (%)
- Total d'emballages remis aux clients (tonnes)
- Indice de Performance Environnementale des emballages (valeur)
- Émissions de gaz à effet de serre évitées par an par les projets réalisés dans le cadre du Fonds Carbone (tonnes équivalent CO₂ évitées)

Informations qualitatives (actions ou résultats)

- L'organisation de la démarche environnementale, en particulier la gouvernance et les engagements, incluant le programme LIFE
- L'impact environnemental des emballages et le suivi de l'objectif LIFE « Produits »
- Les standards environnementaux pris en compte dans les approvisionnements et le suivi des objectifs LIFE « Filières »
- La lutte contre le changement climatique et le suivi de l'objectif LIFE « Changement climatique »
- Le management environnemental des sites et le suivi des objectifs LIFE « Sites »



Informations sociétales

Informations quantitatives

(incluant les indicateurs clés de performance)

- Part des approvisionnements en raisins (en kg) certifiés viticulture durable (%)
- Part des approvisionnements en dérivés d'huile de palme (en kg) certifiés RSPO Mass Balance ou Segregated (%)
- Part des approvisionnements en cuirs (en m²) issus de tanneries certifiées LWG (%)
- Part des approvisionnements en or (en kg) certifiés RJC CoC
- Part des approvisionnements en or (en kg) issus de fournisseurs certifiés RJC CoP
- Part des approvisionnements en diamants (en ct) issus de fournisseurs certifiés RJC CoP
- Part des approvisionnements en coton (en tonnes) certifié (BCI, biologique...) (%)

Informations qualitatives (actions ou résultats)

- Le déploiement de la Charte sur les conditions de travail et le bien-être des mannequins
- La démarche d'évaluation et d'accompagnement des fournisseurs
- La gestion des données personnelles
- La démarche d'intégrité dans la conduite des affaires

7. Tables de correspondance

7.1 DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Comme tout acteur économique, le groupe Financière Agache est confronté à un ensemble de risques d'ordre extra-financier susceptibles d'affecter ses performances, de porter atteinte à sa réputation et d'impacter ses parties prenantes et/ou l'environnement. Les risques suivants ont été retenus comme « principaux », compte tenu des activités du Groupe, par les représentants de différentes fonctions centrales et par la direction générale de LVMH (cf. Éthique et responsabilité, §3.) :

- l'impact sur les écosystèmes et l'épuisement des ressources naturelles ;
- l'établissement et la continuité de chaînes d'approvisionnement responsables ;
- la préservation de la santé et de la sécurité dans le cadre de nos activités ;
- la perte des savoir-faire et compétences-clés ;
- la mise en œuvre d'une politique d'inclusion et d'épanouissement des collaborateurs ;
- la survenance d'une faille dans la mise en œuvre des règles de protection des données personnelles ;
- la défaillance dans la mise en œuvre des dispositifs de conformité des pratiques d'affaires.

Le Groupe s'attache à maîtriser chacun de ces risques par la mise en œuvre de politiques adaptées. Les tables de correspondance ci-après regroupent de manière synthétique les informations constitutives de la Déclaration de performance extra-financière du Groupe au titre de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, et leur emplacement au sein du présent Rapport de gestion. Ils incluent des références aux informations requises par ce texte au titre du respect des droits de l'Homme et des luttes contre la corruption, le changement climatique, et les discriminations.

Les autres informations requises par ce texte figurent aux emplacements suivants :

- s'agissant du modèle d'affaires du Groupe, dans les sections intitulées « Modèle économique de Financière Agache » et « Présentation des activités, faits marquants et perspectives », en introduction de ce rapport ;
- s'agissant de la présentation des effectifs par groupe d'activités et par zone géographique, dans le chapitre « Talents et attractivité », au point 1.3. ;
- s'agissant des accords collectifs conclus dans l'entreprise, dans le chapitre « Talents et attractivité », au point 3.2. ;
- s'agissant des informations relatives à l'économie circulaire, dans le chapitre « Environnement et durabilité », aux points 1.2.2. et 5.4. ;
- s'agissant des informations relatives à la lutte contre le gaspillage alimentaire, dans le chapitre « Environnement et durabilité », au point 5.4.2. ;
- s'agissant des engagements sociétaux en faveur du développement durable, outre les thèmes traités dans les tables de correspondance ci-dessous au titre des conséquences sociales, du respect des droits humains et de l'environnement, dans le chapitre « Solidarité et mécénat », aux points 1. et 2. ;
- s'agissant du respect du bien-être animal, dans le chapitre « Environnement et durabilité », aux points 3.1. et 3.3.

Enfin, compte tenu de la nature des activités du Groupe, les thèmes de la lutte contre la précarité alimentaire et de l'alimentation responsable, équitable et durable, ne font pas l'objet de développements dans le présent Rapport de gestion.



7.1.1 Conséquences sociales

Risques	Politiques	Résultats
Perte des savoir-faire et compétences-clés	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats académiques (Talents et attractivité, §2.2) Institut des Métiers d'Excellence (Talents et attractivité, §2.2) Formation et accompagnement des collaborateurs (Talents et attractivité, §3.1) Dispositif « EXCELLhanCE » pour la formation et l'emploi de personnes en situation de handicap (Talents et attractivité, §2.3) Accompagnement des talents féminins dans la prise de positions-clés (Talents et attractivité, §3.1) 	<ul style="list-style-type: none"> Recrutements par groupe d'activités et zone géographique (Talents et attractivité, §2.1) Investissement formation (Talents et attractivité, §3.1) Données relatives à la mobilité interne (Talents et attractivité, §2.1) Récompenses obtenues aux classements sur l'attractivité des employeurs (Talents et attractivité, §2.1)
Préservation de la santé et de la sécurité dans le cadre de nos activités	<ul style="list-style-type: none"> Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) Dispositifs d'alerte interne (Éthique et responsabilité, §5.6) Charte LVMH sur les relations de travail avec les mannequins (Éthique et responsabilité, §2.2) Investissements en hygiène-santé-sécurité (Talents et attractivité, §3.2) Formations des collaborateurs sur l'hygiène-santé-sécurité (Talents et attractivité, §3.2) Audits sociaux des fournisseurs et sous-traitants comprenant une dimension santé-sécurité (Éthique et responsabilité, §5.2) Démarche relative à l'utilisation de composés chimiques, cosmétovigilance (Éthique et responsabilité, §5.3) Promotion d'une consommation responsable de vins et spiritueux (Éthique et responsabilité, §5.3) 	<ul style="list-style-type: none"> Répartition, taux de fréquence et de gravité des accidents du travail (Talents et attractivité, §3.2) Données relatives aux audits sociaux, qui incluent une dimension santé-sécurité (Éthique et responsabilité, §5.2) Formation des salariés et fournisseurs au standard interne « LVMH Restricted Substances List » (Éthique et responsabilité, §5.3)
Mise en œuvre d'une politique d'inclusion et d'épanouissement des collaborateurs (aspects liés à l'épanouissement au travail)	<ul style="list-style-type: none"> Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) Dispositifs d'alerte interne (Éthique et responsabilité, §5.6) Programme DARE (Talents et attractivité, §3.1) Séminaires d'intégration des collaborateurs (Talents et attractivité, §3.1) Formation spécifique des managers (Talents et attractivité, §3.1) Comité de Groupe et Comité des Sociétés Européennes (Talents et attractivité, §3.2) 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de réunions des instances représentatives du personnel en 2019 (Talents et attractivité, §3.2)

7.1.2 Respect des droits humains

Risques	Politiques	Résultats
Établissement et continuité de chaînes d'approvisionnement responsables (aspects liés au respect des droits humains)	<ul style="list-style-type: none"> Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) Codes de conduite Fournisseurs (Éthique et responsabilité, §2.2) Charte LVMH sur les relations de travail avec les mannequins (Éthique et responsabilité, §2.2) Dispositifs d'alerte interne (Éthique et responsabilité, §5.6) Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) Audits sociaux des fournisseurs et sous-traitants (Éthique et responsabilité, §5.2) Collecte d'informations sur la performance sociale et éthique des fournisseurs via la plateforme EcoVadis (Éthique et responsabilité, §5.2) Participation à des initiatives multipartites couvrant les filières à risques (Éthique et responsabilité, §5.2) 	<ul style="list-style-type: none"> Répartition des fournisseurs et audits (Éthique et responsabilité, §5.2) Données sur les audits mixtes et audits spécifiquement sociaux réalisés auprès des fournisseurs (Éthique et responsabilité, §5.2) Données sur les ré-audits (Éthique et responsabilité, §5.2) Taux de fournisseurs ne répondant pas aux exigences du Groupe (Éthique et responsabilité, §5.2) Nombre de ruptures à la suite d'audits (Éthique et responsabilité, §5.2) Nombre de relations commerciales non-initiées à la suite d'audits (Éthique et responsabilité, §5.2)
Mise en œuvre d'une politique d'inclusion et d'épanouissement des collaborateurs (aspects liés à la lutte contre les discriminations et à la promotion de la diversité)	<ul style="list-style-type: none"> Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) Dispositifs d'alerte interne (Éthique et responsabilité, §5.6) Code de conduite Recrutement LVMH (Éthique et responsabilité, §2.2) Formation spécifique des recruteurs (Talents et attractivité, §2.3) Contrôle indépendant des pratiques de recrutement (Talents et attractivité, §2.3) Dispositif « EXCELLhanCE » pour la formation et l'emploi de personnes en situation de handicap (Talents et attractivité, §2.3) Accompagnement des talents féminins dans la prise de positions-clés (Talents et attractivité, §3.1) 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'emploi de personnes en situation de handicap (Talents et attractivité, §2.3) Représentation des femmes dans les recrutements et dans les effectifs du Groupe (Talents et attractivité, §3.1) Nombre de bénéficiaires du dispositif « EXCELLhanCE » (Talents et attractivité, §2.3)
Faible dans la mise en œuvre des règles de protection des données personnelles	<ul style="list-style-type: none"> Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) Politiques de protection des données (Éthique et responsabilité, §5.7) 	<ul style="list-style-type: none"> Constitution d'une communauté des <i>Data Protection Officers</i> (Éthique et responsabilité, §5.7)



7.1.3 Conséquences environnementales

Risques	Politiques	Résultats
Impact sur les écosystèmes et épuisement des ressources naturelles (incluant les aspects liés à la lutte contre le changement climatique)	<ul style="list-style-type: none"> • Charte Environnement LVMH (Environnement et durabilité, §1.1) • Programme LIFE et objectifs LIFE 2020 (Environnement et durabilité, §1.1 et 1.2) • Lutte contre le changement climatique et fonds carbone LVMH (Environnement et durabilité, §4.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de l'Indice de Performance Environnementale des emballages pour les Vins et Spiritueux et pour les Parfums et Cosmétiques (Environnement et durabilité, §2.3) • Intensification du déploiement de la viticulture durable et biologique (Environnement et durabilité, §3.6) • Certification des matières utilisées pour la conception des produits : cuir, coton, fourrure, dérivés d'huile de palme, diamant et métaux précieux (Environnement et durabilité, §3.6) • Atteinte des objectifs fixés pour le Fonds carbone (Environnement et durabilité, §4.2) • Augmentation de la part des énergies renouvelables dans le mix énergétique (Environnement et durabilité, §4.5) • Déploiement d'un système de management environnemental dans les sites industriels (Environnement et durabilité, §5.5)
Établissement et continuité de chaînes d'approvisionnement responsables (aspects liés à l'environnement)	<ul style="list-style-type: none"> • Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) • Codes de conduite Fournisseurs (Éthique et responsabilité, §2.2) • Charte Environnement LVMH (Environnement et durabilité, §1.1) • Programme LIFE et objectifs LIFE 2020 (Environnement et durabilité, §1.1 et 1.2) • Dispositifs d'alerte interne (Éthique et responsabilité, §5.6) • Cartographies des risques (Environnement et durabilité, §1.2) • Collecte d'informations sur la performance environnementale des fournisseurs via la plateforme EcoVadis (Éthique et responsabilité, §5.2) • Participation à des initiatives multipartites couvrant les filières à risques (Éthique et responsabilité, §5.2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Données sur les audits environnementaux réalisés auprès des fournisseurs (audits mixtes et audits spécifiquement environnementaux) (Éthique et responsabilité, §5.2) • Programme LIFE 2020 – Objectif « filières », notamment pour les filières du raisin, des cuirs et peaux, des pierres et métaux précieux, des dérivés de l'huile de palme et des substances chimiques réglementées (Environnement et durabilité, §3.)

7.1.4 Lutte contre la corruption

Risques	Politiques	Résultats
Défaillance dans la mise en œuvre des dispositifs de conformité des pratiques d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Codes de conduite (Éthique et responsabilité, §2.2) • Codes de conduite Fournisseurs (Éthique et responsabilité, §2.2) • Dispositifs d'alerte interne (Éthique et responsabilité, §5.6) • Intranets Éthique et Conformité (Éthique et responsabilité, §5.6) • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) • Rôle des Fonctions Éthique et Conformité (Éthique et responsabilité, §3. et 5.6) • Principes directeurs internes (Éthique et responsabilité, §5.6) • Formation anticorruption (Éthique et responsabilité, §5.6) • Règles de conformité intégrées au référentiel d'audit et contrôle interne (Éthique et responsabilité, §5.6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le système d'alerte interne Groupe n'a pas donné lieu, en 2019, à des signalements portant sur des situations susceptibles de constituer des faits de corruption ou de trafic d'influence (Éthique et responsabilité, §5.6) • Plusieurs milliers de personnes à travers le Groupe ont validé le module de formation anti-corruption (Éthique et Responsabilité, §5.6)

7.2 PLAN DE VIGILANCE

Acteur responsable et engagé présent à l'échelle mondiale, le Groupe s'efforce d'exercer une influence positive sur les sociétés et territoires dans lesquels il évolue, et de prévenir les atteintes éventuelles que son activité, comme celle de ses fournisseurs et sous-traitants, sont susceptibles de générer pour ses parties prenantes et l'environnement.

Les tables de correspondance ci-dessous regroupent de manière synthétique les informations constitutives du Plan de vigilance au titre de l'article L225-102-4 du Code de commerce, et leur emplacement au sein du présent Rapport de gestion.

7.2.1 Droits humains et libertés fondamentales

	Activités du Groupe	Activités des fournisseurs et sous-traitants
Cartographie des risques	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Évaluation complémentaire des risques de certains fournisseurs dans le cadre de la plateforme EcoVadis (Éthique et responsabilité, §5.2) • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.)
Procédures d'évaluation régulière	<ul style="list-style-type: none"> • Référentiels d'audit et contrôle interne (Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne, §3.2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Audits et ré-audits de vérification (Éthique et responsabilité, §5.2) • Plans d'actions correctifs à la suite d'audits (Éthique et responsabilité, §5.2)
Actions d'atténuation et de prévention	<ul style="list-style-type: none"> • Formation spécifique des recruteurs pour prévenir les discriminations (Talents et attractivité, §2.3) • Contrôle indépendant des pratiques de recrutement (Talents et attractivité, §2.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Codes de conduite Fournisseurs (Éthique et responsabilité, §2.2) • Formation des fournisseurs et des acheteurs (Éthique et responsabilité, §5.2) • Participation à des initiatives multipartites couvrant les filières à risques (Éthique et responsabilité, §5.2) • Objectifs d'approvisionnements certifiés (Éthique et responsabilité, §5.2)
Mécanismes d'alerte	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositifs d'alerte interne centralisés (Éthique et responsabilité, §5.6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les collaborateurs du Groupe ont la possibilité d'utiliser les systèmes d'alerte pour signaler des atteintes constatées chez les fournisseurs ou sous-traitants • Certaines Maisons ont déployé des solutions permettant de recueillir directement les avis d'employés de fournisseurs sur leurs conditions de travail (Éthique et responsabilité, §5.2)
Dispositifs de suivi et d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Plans d'actions des Maisons sur les pays prioritaires au regard de la cartographie des risques (Éthique et responsabilité, §5.) • Prise en compte des plans d'actions dans le cadre de la démarche ERICA (Éthique et responsabilité, §5.) • Actualisation régulière prévue des cartographies des risques 	<ul style="list-style-type: none"> • Plans de remédiation des défaillances constatées lors des audits (Éthique et responsabilité, §5.2) • Ré-audits des fournisseurs (Éthique et responsabilité, §5.2)

7.2.2 Santé et sécurité des personnes

	Activités du Groupe	Activités des fournisseurs et sous-traitants
Cartographie des risques	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) • Évaluation complémentaire des risques de certains fournisseurs dans le cadre de la plateforme EcoVadis (Éthique et responsabilité, §5.2)
Procédures d'évaluation régulière	<ul style="list-style-type: none"> • Référentiels d'audit et contrôle interne (Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne, §3.2) • Suivi de l'accidentologie (Talents et attractivité, §3.2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Audits et ré-audits de vérification (Éthique et responsabilité, §5.2) • Plans d'actions correctifs suite aux audits (Éthique et responsabilité, §5.2)
Actions d'atténuation et de prévention	<ul style="list-style-type: none"> • Standard interne <i>LVMH Restricted Substances List</i> (Éthique et responsabilité, §5.3) • <i>LVMH Testing Program</i> (Éthique et responsabilité, §5.3) • Promotion d'une consommation responsable de vins et spiritueux (Éthique et responsabilité, §5.3) • Assurance responsabilité civile et retrait de produits (Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne, §2.3) • Programmes d'assurance spécifiques dans les pays où les accidents du travail ne sont pas couverts par des organismes publics (Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne, §2.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Codes de conduite Fournisseurs (Éthique et responsabilité, §2.2) • Formation des fournisseurs et des acheteurs (Éthique et responsabilité, §5.2) • Participation à des initiatives multipartites couvrant les filières à risques (Éthique et responsabilité, §5.2) • Objectifs d'approvisionnements certifiés (Éthique et responsabilité, §5.2) • Guides d'accompagnement des fournisseurs dans l'élimination des substances chimiques dont l'utilisation est restreinte ou prohibée par LVMH (Éthique et responsabilité, §5.3) • Charte LVMH sur les relations de travail avec les mannequins (Éthique et responsabilité, §2.2)
Mécanismes d'alerte	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositifs d'alerte interne centralisés (Éthique et responsabilité, §5.6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les collaborateurs du Groupe ont la possibilité d'utiliser le système d'alerte pour signaler des atteintes constatées chez les fournisseurs ou sous-traitants (Éthique et responsabilité, §5.6) • Certaines Maisons ont déployé des solutions permettant de recueillir directement les avis d'employés de fournisseurs sur leurs conditions de travail (Éthique et responsabilité, §5.2)
Dispositifs de suivi et d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Plans d'actions des Maisons sur les pays prioritaires au regard de la cartographie des risques (Éthique et responsabilité, §5.) • Prise en compte des plans d'actions dans le cadre de la démarche ERICA (Éthique et responsabilité, §5.) • Actualisation régulière prévue des cartographies des risques 	<ul style="list-style-type: none"> • Plans de remédiation des défaillances constatées lors des audits (Éthique et responsabilité, §5.2) • Ré-audits des fournisseurs (Éthique et responsabilité, §5.2)



7.2.3 Environnement

	Activités du Groupe	Activités des fournisseurs et sous-traitants
Cartographie des risques	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographies des risques (Éthique et responsabilité, §4.) • Évaluation complémentaire des risques de certains fournisseurs dans le cadre de la plateforme EcoVadis (Éthique et responsabilité, §5.2)
Procédures d'évaluation régulière	<ul style="list-style-type: none"> • Système de management environnemental (Environnement et durabilité, §5.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Audits et ré-audits de vérification (Éthique et responsabilité, §5.2) • Plans d'actions correctifs à la suite d'audits (Éthique et responsabilité, §5.2)
Actions d'atténuation et de prévention	<ul style="list-style-type: none"> • Objectifs LIFE 2020 (Environnement et durabilité, §2. à 5.) • Assurance couvrant les atteintes à l'environnement (Gestion des risques financiers et opérationnels, contrôle interne, §2.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Codes de conduite Fournisseurs (Éthique et responsabilité, §2.2) • Formation des fournisseurs et des acheteurs (Éthique et responsabilité, §5.2) • Participation à des initiatives multipartites couvrant les filières à risques (Éthique et responsabilité, §5.2) • Objectifs d'approvisionnements certifiés (Éthique et responsabilité, §5.2)
Mécanismes d'alerte	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif d'alerte interne centralisé (Éthique et responsabilité, §5.6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les collaborateurs du Groupe ont la possibilité d'utiliser le système d'alerte pour signaler des atteintes constatées chez les fournisseurs ou sous-traitants (Éthique et responsabilité, §5.6)
Dispositifs de suivi et d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi de l'atteinte des objectifs LIFE 2020 (Environnement et durabilité, §2. à 5.) • Plans d'actions des Maisons sur les pays prioritaires au regard de la cartographie des risques (Éthique et responsabilité, §5.) • Prise en compte des plans d'actions dans le cadre de la démarche ERICA (Éthique et responsabilité, §5.) • Actualisation régulière prévue des cartographies des risques 	<ul style="list-style-type: none"> • Plans de remédiation des défaillances constatées lors des audits (Éthique et responsabilité, §5.2) • Ré-audits des fournisseurs (Éthique et responsabilité, §5.2)

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

5. ENVIRONNEMENT ET DURABILITÉ

1. Politique générale en matière d'environnement	70
1.1 Organisation de la démarche environnementale	70
1.2 Identification des risques et objectifs LIFE 2020	71
2. LIFE 2020 – Objectif « produits »	74
2.1 Objectifs	74
2.2 Suivi de l'atteinte des objectifs	74
3. LIFE 2020 – Objectif « filières »	75
3.1 Objectifs et actions communs	75
3.2 Vins et Spiritueux	76
3.3 Mode et Maroquinerie	76
3.4 Parfums et Cosmétiques	76
3.5 Montres et Joaillerie	77
3.6 Suivi de l'atteinte des objectifs	77
4. LIFE 2020 – Objectif « changement climatique »	78
4.1 Objectif commun	78
4.2 Le Fonds carbone LVMH	78
4.3 Efficacité énergétique et énergies renouvelables	78
4.4 Perspectives pour l'adaptation au changement climatique	81
4.5 Suivi de l'atteinte des objectifs	81
5. LIFE 2020 – Objectif « sites »	82
5.1 Objectifs	82
5.2 Management environnemental et démarche de certification	82
5.3 Consommation d'eau et prévention des pollutions	82
5.4 Réduction et valorisation des déchets	84
5.5 Suivi de l'atteinte des objectifs	85



La mise en œuvre de la politique du Groupe en matière d'environnement et de durabilité est conduite principalement par LVMH et ses Maisons qui rassemblent toutes les activités opérationnelles du Groupe.

1. Politique générale en matière d'environnement

1.1 ORGANISATION DE LA DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE

1.1.1 Gouvernance

La préservation de l'environnement est, pour le Groupe, bien plus qu'une obligation : elle est un impératif, un moteur de compétitivité. Conscient de cela depuis 27 ans, LVMH s'est doté d'une direction de l'Environnement en 1992, rattachée à la direction générale. Composée de dix collaborateurs, cette direction a pour objectifs de :

- déployer le programme LIFE – LVMH Initiatives For the Environment ;
- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, dans le respect de la Charte Environnement de LVMH ;
- entreprendre des audits internes d'évaluation de la performance environnementale des Maisons ;
- assurer la veille réglementaire et technique ;
- créer des outils de gestion qui abordent, par exemple, les sujets suivants : conception des emballages, relation fournisseurs, veille réglementaire... ;
- aider les sociétés du Groupe à prévenir les risques ;
- former et sensibiliser les collaborateurs de tout niveau hiérarchique ;
- définir et consolider les indicateurs environnementaux ;
- travailler avec les diverses parties prenantes (associations, agences de notation, pouvoirs publics...).

Chaque Maison s'appuie également sur des compétences internes en matière environnementale. Ces experts forment un réseau de près de 200 correspondants Environnement issus des Maisons qui se réunit plusieurs fois par an lors des Commissions Environnement afin notamment d'échanger sur les bonnes pratiques.

Par ailleurs, l'amélioration continue de la démarche de LVMH en matière d'environnement est étroitement liée à la capacité du Groupe à faire de ses 163 000 collaborateurs des acteurs de cette démarche. La direction de l'Environnement s'attache donc à sensibiliser, informer et former ses collaborateurs sur la préservation des ressources naturelles et de la biodiversité ainsi que le changement climatique. Depuis 2016, cette mission est confiée à une Académie de l'Environnement interne. Elle élabore

des parcours qui répondent aux grands enjeux du programme LIFE, à l'aide de supports pédagogiques variés : sessions présentielles, e-learning, classes virtuelles, etc. et couvre de nombreux sujets comme l'éco-conception ou l'audit environnement. Par ailleurs, la quasi-totalité des Maisons ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total de 21 225 heures.

1.1.2 Engagements

Signée en 2001 par le Président du Groupe, la Charte Environnement est le document fondateur des cinq grandes ambitions environnementales de LVMH :

- rechercher un haut niveau de performance environnementale ;
- susciter un engagement collectif ;
- maîtriser les risques environnementaux ;
- concevoir des produits en intégrant innovation et créativité environnementale ;
- s'engager au-delà de l'entreprise.

La Charte Environnement incite également chaque Président de Maison à s'impliquer dans la démarche par des actions concrètes et engage chaque Maison à : mettre en place un système de management de l'environnement efficace, réfléchir collectivement aux enjeux environnementaux liés aux produits, gérer les risques et utiliser les meilleures pratiques environnementales.

En 2003, LVMH a adhéré au Pacte mondial des Nations Unies qui promeut la responsabilité civique des entreprises via le respect de dix principes universellement acceptés, dont les trois suivants en matière d'environnement :

- appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;
- promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;
- favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

Lancé en 2011, le programme LIFE – LVMH Initiatives For the Environment – est conçu de façon à renforcer l'intégration de l'environnement dans la stratégie des marques, faciliter le développement de nouveaux outils de pilotage et tenir compte des évolutions et enrichissements découlant des pratiques innovantes des Maisons. Depuis 2014, les Maisons intègrent le programme LIFE dans leur plan stratégique. Mis en œuvre par le Comité de direction de chaque Maison, le programme LIFE est établi autour de neuf dimensions clés de la performance environnementale :

- environnement dans la conception ;
- sécurisation de l'accès aux matières premières stratégiques et filières d'approvisionnement ;
- traçabilité et conformité des matières ;
- responsabilité environnementale et sociale des fournisseurs ;
- préservation des savoir-faire critiques ;
- réduction des émissions de gaz à effet de serre ;
- excellence environnementale des procédés de fabrication ;
- durée de vie et réparabilité des produits ;
- informations des clients et autres parties prenantes.

En 2019, LVMH est sélectionné dans les principaux indices basés sur les critères de l'investissement responsable : FTSE4Good Global 100, Euronext Vigeo Eurozone 120, ESI (Ethibel Sustainability Indices) Europe. LVMH a également participé au manifeste des étudiants « Pour un réveil écologique » organisé par un certain nombre d'école françaises.

Les postes de dépenses environnementales ont été comptabilisés en suivant les recommandations de l'avis de l'Autorité des Normes Comptables (ANC). Les charges d'exploitation et les investissements ont été reportés pour chacun des postes suivants :

- protection de l'air ambiant et du climat ;
- gestion des eaux usées ;
- gestion des déchets ;
- protection et assainissement du sol, des eaux souterraines et des eaux de surface ;
- lutte contre le bruit et les vibrations ;
- protection de la biodiversité et du paysage ;
- protection contre les rayonnements ;
- recherche et développement ;
- autres activités de protection de l'environnement.

En 2019, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement se répartit comme suit :

- charges d'exploitation : 15,9 millions d'euros ;
- investissements : 10,7 millions d'euros.

Le montant des provisions pour risques environnementaux au 31 décembre 2019 est de 12,4 millions d'euros. Cette somme correspond aux garanties financières légales pour les installations SEVESO seuil haut.

1.2 IDENTIFICATION DES RISQUES ET OBJECTIFS LIFE 2020

1.2.1 Méthodologie

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2019 le périmètre suivant :

Sites de production, entrepôts, et sites administratifs (en nombre)	2019
Sites couverts ^(a)	263
Sites non couverts ^{(b) (c)}	134
NOMBRE TOTAL DE SITES	397

(a) Intégration des nouveaux sites de Thélios, Domaine Shangri-La et Louis Vuitton.

(b) Dont principalement : certains sites administratifs régionaux de Louis Vuitton et de Moët Hennessy ainsi que des sites administratifs hébergeant moins de 20 personnes.

(c) Le Groupe Belmond n'est pas intégré dans le reporting environnemental 2019.

Les sites de production sont couverts à 93%. Les sites industriels, logistiques et administratifs non couverts par le reporting environnemental le sont essentiellement pour des raisons opérationnelles et sont peu significatifs. Un plan d'intégration progressif est mis en œuvre.



Les surfaces totales des boutiques prises en compte dans le calcul de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre sont les suivantes, en pourcentage des surfaces totales des boutiques du Groupe :

	% des surfaces totales des boutiques du Groupe prises en compte pour la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre ^(a)	
	2019	2018
TOTAL GROUPE	65	70

^(a) Le périmètre de reporting n'inclut pas les boutiques exploitées en franchise par les activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques ainsi que Montres et Joaillerie.

Les surfaces totales des boutiques des principales Maisons prises en compte dans le calcul de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre sont les suivantes, en pourcentage des surfaces totales des boutiques de chaque Maison :

	% des surfaces totales des boutiques de la Maison prises en compte pour la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre ^(a)	
	2019	2018
DFS	77	77
Louis Vuitton	69	69
Sephora North America et Latin America	63	59
Sephora Europe, Asie et Middle East	64	80
Le Bon Marché	100	100
Christian Dior Couture	64	74

^(a) Le périmètre de reporting n'inclut pas les boutiques exploitées en franchise par les activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques ainsi que Montres et Joaillerie.

Pour le calcul de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre sont également pris en compte : toutes les boutiques françaises de Berluti, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Make Up For Ever et certaines boutiques de Acqua di Parma, Benefit, Bvlgari, Celine, Chaumet, Fendi, Fred, Hublot, Loewe, Loro Piana, Marc Jacobs, Parfums Christian Dior, Pink Shirtmaker, Pucci, TAG Heuer, Zenith.

Les boutiques Sephora Chine et Arabie Saoudite ne sont pas intégrées. Les données 2018 ont été retraitées.

Pour la production de déchets et la consommation d'eau, seuls certains magasins DFS (53% des surfaces en 2019, 52% en 2018) et les magasins du groupe Le Bon Marché sont pris en compte. Les données 2018 ont été retraitées.

1.2.2 Principaux risques

Les principaux risques identifiés en matière environnementale au niveau Groupe concernent :

1. l'impact sur les écosystèmes,
2. l'épuisement des ressources naturelles,
3. l'établissement et la continuité de chaînes d'approvisionnement responsables.

Les politiques mises en œuvre et les résultats qui en découlent sont présentés principalement dans la partie 3. LIFE 2020 – Objectif « filières » ci-après.

Dans le détail, la matrice complète d'analyse des risques révèle les enjeux environnementaux suivants liés aux activités du Groupe :

	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective
Épuisement des ressources énergétiques et changements climatiques	<ul style="list-style-type: none"> • Culture des raisins ; • Production des emballages ; • Distillation ; • Transport des produits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Éclairage et climatisation des boutiques ; • Transport des produits ; • Production des ressources nécessaires à la fabrication des produits : <ul style="list-style-type: none"> - fibres textiles végétales (coton...), - cuir dont cuirs exotiques, - fourrure, - laine. 	<ul style="list-style-type: none"> • Production des emballages ; • Éclairage et climatisation des boutiques ; • Transport des produits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Éclairage et climatisation des boutiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Éclairage et climatisation des boutiques ; • Transport des produits.
Impact sur la ressource en eau	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation d'eau (irrigation des vignes en Australie, Nouvelle-Zélande, Argentine et Californie) ; • Production d'effluents chargés en matière organique lors de la vinification et de la distillation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation d'eau (fermes de crocodiliens et tanneries) ; • Production d'effluents chargés en matière organique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Protection et économie de la ressource en eau. 		
Impact sur les écosystèmes et épuisement des ressources naturelles	<ul style="list-style-type: none"> • Production des ressources végétales nécessaires à la production : vigne, orge, seigle... 	<ul style="list-style-type: none"> • Production des ressources nécessaires à la fabrication des produits : <ul style="list-style-type: none"> - fibres textiles végétales (coton...), - cuir dont cuirs exotiques, - fourrure, - laine. 	<ul style="list-style-type: none"> • Production des ressources végétales nécessaires à la fabrication des produits (rose, jasmin...). 	<ul style="list-style-type: none"> • Extraction des ressources nécessaires à la fabrication des produits : <ul style="list-style-type: none"> - pierres et métaux précieux, - cuirs exotiques. 	
Valorisation des déchets et économie circulaire	<ul style="list-style-type: none"> • Résidus des processus de vinification et de distillation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclage des matières premières et produits en fin de vie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclage des emballages. 	<ul style="list-style-type: none"> • DEEE (Déchets d'équipements électriques et électroniques, dont les piles par exemple). 	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclage des emballages et produits de Publicité sur le Lieu de Vente (PLV).

1.2.3 Objectifs LIFE 2020

Après avoir mené un travail approfondi d'analyse et de cartographie des risques environnementaux (voir ci-avant), le Groupe a souhaité donner à ses Maisons, quel que soit leur domaine d'activité, quatre objectifs communs découlant du programme LIFE à atteindre à l'horizon 2020 (avec 2013 comme année de référence, le niveau des indicateurs en 2013 étant présenté dans la colonne intitulée « Niveau de référence » des tableaux ci-après) :

- éco-conception des produits : d'ici 2020, les Maisons du Groupe devront améliorer la performance environnementale de tous leurs produits. Les Maisons de Parfums et Cosmétiques et de Vins et Spiritueux s'engagent à améliorer de 10% leur note selon l'Indice de Performance Environnementale. Les Maisons de Mode et Maroquinerie et de Montres et Joaillerie travaillent à l'amélioration de l'empreinte environnementale liée à l'approvisionnement des matières premières ;
- fournisseurs et matières premières : les Maisons devront s'assurer du déploiement des meilleurs standards dans leurs approvisionnements en matières premières et chez leurs

fournisseurs dans 70 % de leur chaîne d'approvisionnement en 2020 et 100 % en 2025 ;

- réduction de 25 % des émissions de CO₂ liées aux consommations d'énergie par le recours à 30 % d'énergie renouvelable dans le mix énergétique du Groupe, l'efficacité énergétique des boutiques améliorée de 15 % et l'atteinte d'une performance minimale de 50 % suivant la grille « LVMH Store Guidelines » pour les nouvelles boutiques ;
- amélioration des performances environnementales de chaque site et boutique : les Maisons s'engagent à réduire de 10 % sur chaque site au moins un indicateur parmi la consommation d'eau, la consommation d'énergie ou la production de déchets et à avoir un système de management de l'environnement efficace visant l'amélioration continue.

En 2019, le Groupe a organisé deux événements Future LIFE à Paris et New York qui ont été l'occasion de partager l'état d'avancement des objectifs LIFE 2020 ainsi que de nouveaux partenariats décrits dans les parties suivantes.



2. LIFE 2020 – Objectif « produits »

2.1 OBJECTIFS

Les Maisons du Groupe ont toujours agi pour limiter l'impact de leurs produits sur le milieu naturel. LIFE 2020 les pousse à s'engager davantage en leur fixant un nouveau cap : améliorer la performance environnementale de tous leurs produits, en prenant en compte l'intégralité du cycle de vie. L'impact environnemental des étapes d'approvisionnement des matières premières, de la production, du transport et de la vente sont couverts par les autres objectifs LIFE 2020. L'éco-conception est l'axe majeur de l'objectif produits pour les Maisons de luxe du Groupe. La garantie d'une très haute qualité associée à une démarche d'innovation permanente en sont deux composantes essentielles. Pour relever ce défi, les Maisons s'appuient sur la palette d'outils élaborée avec leur aide par la direction de l'Environnement de LVMH. Parmi eux : Edibox, un outil web qui calcule l'IPE (Indice de Performance Environnementale) des emballages et l'impact CO₂ des matériaux utilisés pour les fabriquer. L'IPE permet de noter chaque emballage en fonction du poids et du volume d'emballage, du nombre de couches d'emballage ainsi que de la séparabilité des différents matériaux. Des bonus (emballage rechargeable, matériaux recyclés) et malus (présence de perturbateurs du recyclage) sont également intégrés à la notation.

D'ici 2020, les Maisons de Parfums et Cosmétiques et de Vins et Spiritueux s'engagent à améliorer de 10% leur note selon l'Indice de Performance Environnementale (IPE) des emballages. Les Maisons de Mode et Maroquinerie et de Montres et Joaillerie travaillent à l'amélioration de l'empreinte environnementale liée à l'approvisionnement des matières premières, étape qui génère les impacts environnementaux les plus significatifs.

Par ailleurs, les quantités d'emballage consolidées par les Maisons concernent :

- Vins et Spiritueux : bouteilles, cartons, capsules...
- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...
- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis...
- Montres et Joaillerie : étuis et écrans...
- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets...

Les emballages utilisés pour les transports sont exclus de cette analyse.

2.2 SUIVI DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS

Tableau de suivi des objectifs LIFE 2020 Produits

Indicateurs	Niveau de référence (2013)	Performance 2019	Objectif 2020
IPE emballages Parfums et Cosmétiques	8,32	9,3 (+ 12 %)	+ 10 %
IPE emballages Vins et Spiritueux	Champagne : 16,03 Cognac : 10,60	16,76 (+ 5 %) 12,6 (+ 19 %)	+ 10 %

Le poids des emballages remis aux clients évolue ainsi entre 2018 et 2019 :

(en tonnes)	2019	2018	2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	181 319	159 844	181 319	13 ^(a)
Mode et Maroquinerie	13 375	11 059	13 375	21 ^(a)
Parfums et Cosmétiques	31 115	29 167	31 115	7
Montres et Joaillerie	4 416	4 834	4 416	(9) ^(b)
Distribution sélective	6 375	4 651	6 375	37 ^(a)
Autres activités	2	-	2	-
TOTAL	236 602	209 555	236 602	13

(a) Évolution liée à l'activité.

(b) Évolution liée à l'éco-conception des emballages.

(1) Valeur et évolution à périmètres comparables.

Le poids total d'emballages remis aux clients par type de matériau se répartit ainsi en 2019 :

(en tonnes)	Verre	Papier- carton	Plastique	Métal	Textile	Autres matériaux d'emballage
Vins et Spiritueux	159 247	16 816	1 821	1 640	86	1 709
Mode et Maroquinerie	324	10 937	303	68	1 711	32
Parfums et Cosmétiques	16 053	5 182	7 446	2 063	93	278
Montres et Joaillerie	1 624	1 193	1 198	163	158	80
Distribution sélective	226	3 683	2 315	83	1	67
Autres activités	-	2	-	-	-	-
TOTAL	177 474	37 813	13 083	4 017	2 049	2 166

3. LIFE 2020 – Objectif « filières »

3.1 OBJECTIFS ET ACTIONS COMMUNS

La forte dépendance du Groupe aux ressources naturelles, de même que ses valeurs, le poussent à déployer depuis plusieurs années une politique d'approvisionnement durable. LVMH est très attentif à la traçabilité et à la conformité des matières et des substances utilisées pour fabriquer ses produits. Le Groupe développe les achats responsables et met en place des filières respectueuses de l'environnement, en liaison étroite avec ses fournisseurs et sous-traitants.

LVMH s'est doté d'une stratégie d'approvisionnement et de préservation des matières premières encadrée par les objectifs LIFE 2020 qui engagent les Maisons d'ici 2020 à acheter et produire au moins 70 % de leurs matières premières stratégiques en favorisant les meilleurs standards environnementaux, qu'ils concernent la matière première ou le site de production. Le choix des composants utilisés est un levier capital de la préservation de l'environnement et notamment des ressources rares indispensables à la fabrication des produits. Pour renforcer cette approche, plusieurs projets de développement de nouvelles filières d'approvisionnements responsables sont en cours pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques, Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie.

Par ailleurs, les Maisons ont mis en place des procédures pour s'assurer que l'ensemble de leurs produits respecte les exigences de la convention internationale CITES. Cette convention, par un système de permis d'importation et d'exportation, lutte contre la surexploitation de certaines espèces animales et végétales en voie d'extinction.

L'objectif « filières » concerne notamment les matières premières suivantes :

- le raisin ;
- les cuirs et les peaux brutes de veau, agneau, cuirs exotiques et fourrures ;
- le coton ;
- les pierres et métaux précieux ;
- l'huile de palme et ses dérivés ;
- les substances chimiques réglementées. Toutes les Maisons ont intégré les exigences des règlements internationaux, dont REACH, dans leurs documents contractuels afin d'impliquer tous les fournisseurs dans cette démarche.

LVMH mène une action globale et de long terme aux côtés de nombreux partenaires en faveur de la préservation de la biodiversité. LVMH a été le premier acteur privé à rejoindre les huit organismes publics de recherche qui siègent au Conseil d'administration de la Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB). Cet événement consacre l'implication du Groupe aux côtés de la FRB, qu'il accompagne depuis plus de sept ans. Sylvie Bénard, directrice de l'Environnement de LVMH, a ainsi occupé pendant quatre ans la vice-présidence du Comité d'orientation stratégique de la Fondation. Dans le cadre de ce comité, qui réunit plus de 160 parties prenantes pour réfléchir à la co-construction de programmes de recherche en faveur de la biodiversité, le Groupe s'est notamment intéressé à la question de l'accès aux ressources génétiques et au partage des avantages découlant de leurs utilisations.



En 2019, LVMH a renforcé son engagement avec la signature d'un partenariat de cinq ans avec l'Unesco pour soutenir le programme scientifique intergouvernemental « L'Homme et la Biosphère » (MAB). Cet outil de coopération internationale a pour objectif d'agir en faveur de la conservation de la biodiversité au niveau mondial. Les deux partenaires seront côte à côte lors d'événements internationaux. Les Maisons du Groupe s'appuieront

par exemple sur l'expertise scientifique de l'Unesco et son réseau de 686 réserves de biosphère pour développer leurs politiques d'approvisionnement durable.

LVMH a également déployé de nombreux outils d'amélioration et de contrôle concernant l'utilisation de substances chimiques dans les produits. Ils sont décrits dans la partie « 5.3 Un souci constant de qualité et de sécurité dans le cadre de nos activités ».

3.2 VINS ET SPIRITUEUX

Pour des raisons historiques et stratégiques, le groupe d'activités Vins et Spiritueux est activement engagé dans la viticulture durable ou biologique, ce qui permet de réduire de façon drastique son impact sur l'environnement, notamment via la réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires.

L'intensification du déploiement de la viticulture durable ou biologique dans les vignobles des Maisons et des livreurs de raisins (fournisseurs indépendants de raisins) a donc été retenu comme objectif LIFE 2020. Les certifications sont multiples selon la localisation du vignoble : viticulture durable en Champagne, HVE 3 en Cognac, biologique pour certains vignobles, Napa Green en Californie, etc.

3.3 MODE ET MAROQUINERIE

Les activités Mode et Maroquinerie ont retenu cinq objectifs majeurs à l'horizon 2020 :

- l'approvisionnement en cuir issu de tanneries certifiées LWG à hauteur de 70 % des volumes achetés. La certification LWG est un standard créé par le Leather Working Group pour améliorer la performance environnementale des tanneries (énergie, eau, déchets, traçabilité) ;
- l'approvisionnement en coton durable à hauteur de 70 % des volumes achetés. LVMH a notamment adhéré à la Better Cotton Initiative (BCI), qui a développé un standard pour favoriser des améliorations mesurables des principaux impacts environnementaux de la culture du coton à l'échelle mondiale ;
- la certification de la totalité des fermes de crocodiles approvisionnant la tannerie du Groupe ;
- l'approvisionnement en peaux issues de fermes certifiées pour la fourrure à hauteur de 80 % d'ici la fin 2019, notamment en déployant la certification FurMark ;

- l'intégration dans les contrats fournisseurs de l'Animal Sourcing Principles, développé avec l'organisme Business for Social Responsibility (BSR). LVMH partage avec la société civile l'objectif d'amélioration du bien-être animal qui est lié à plusieurs matières premières comme les cuirs, les laines et les fourrures. En 2019 le Groupe a dévoilé sa Charte relative à l'approvisionnement des matières premières animales. Cet engagement est le fruit d'un long processus de recherche scientifique et de collaboration entre les experts environnement de LVMH, ses Maisons et ses fournisseurs. Exhaustif, il aborde le problème de l'approvisionnement de la fourrure, du cuir, du cuir exotique, de la laine et des plumes dans toute sa complexité. Il permet au Groupe de prendre des engagements pour 2020 et 2025 pour le progrès dans trois domaines : la traçabilité totale des chaînes d'approvisionnement, les conditions d'élevage et de trappe des animaux et le respect des communautés locales, de l'environnement et de la biodiversité.

3.4 PARFUMS ET COSMÉTIQUES

Le secteur d'activités Parfums et Cosmétiques s'est doté d'objectifs LIFE 2020 dans le cadre de sa « supply chain » fournisseurs, notamment via l'élaboration d'un système d'évaluation de la performance environnementale et sociale de ses fournisseurs. Des objectifs initiaux de performance ont été fixés pour les fournisseurs d'emballages et d'ingrédients. Par ailleurs, le groupe d'activités participe à des initiatives spécifiques traitant de l'approvisionnement en huile de palme (RSPO) et en mica (RMI).

Le département Recherche & Développement de LVMH et les Maisons sont également engagés sur l'ethnobotanique depuis des années. Ils identifient à travers la planète les espèces végétales présentant un intérêt cosmétique particulier tout en participant

à la préservation de ces espèces et au développement économique local. Le partenariat peut se concrétiser de différentes manières au travers d'un accompagnement financier, d'une aide technique et scientifique, ou d'un mécénat de compétence en mettant à disposition des expertises présentes dans les équipes de LVMH au service de ses partenaires. Ainsi, Parfums Christian Dior dispose des Jardins de Dior, un ensemble de parcelles dédiées à la culture d'essences végétales sélectionnées pour leurs propriétés exceptionnelles. Guerlain a également lancé de nombreux partenariats autour de l'orchidée de Chine, du vétiver d'Inde, du miel d'Ouessant, du santal d'Asie ou de la lavande du Sud de la France.

3.5 MONTRES ET JOAILLERIE

Dans le cadre des objectifs LIFE 2020, toutes les Maisons de Montres et Joaillerie sont certifiées RJC (Responsible Jewellery Council) et s'appuient sur cette certification, déployée dans les filières d'approvisionnement en or et diamants, pour développer leur approvisionnement responsable. Particulièrement engagée, Bvlgari est même devenue la première entreprise sur son marché

à obtenir la certification CoC (Chain of Custody) mise en place par le RJC pour l'or. Le Groupe et ses Maisons participent également à une initiative, le Coloured Gemstones Working Group piloté par The Dragonfly Initiative, visant à déployer les meilleures pratiques environnementales et sociales dans la filière pierres de couleur. Plusieurs audits ont déjà été réalisés.

3.6 SUIVI DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS

Tableau de suivi des objectifs LIFE 2020 Filières

Indicateurs	Niveau de référence (2013)	Performance 2019	Objectif 2020
Vins et Spiritueux			
Certification viticulture durable (en pourcentage de tonnage de raisins certifiés)	Vignobles LVMH : Vignoble français : 100 %	Vignobles LVMH : Vignobles français : 100 % Reste du monde : 58 %	Vignobles LVMH : Vignobles français : 100 % Reste du monde : 100 %
	Livreurs de raisin : Champagne : 7 %	Livreurs de raisin : Champagne : 15 %	
Mode et Maroquinerie			
Certification LWG des tanneries (en pourcentage de tonnage de cuir issu de tanneries certifiées)	25 %	66 %	70 %
Coton certifié (en pourcentage de tonnage de coton certifié GOTS et Better Cotton)	2 %	54 % ^(a)	70 %
Parfums et Cosmétiques			
Performance des fournisseurs d'ingrédients parfums	64	89	90
Performance des fournisseurs d'ingrédients cosmétiques	56	84	80
Dérivés d'huile de palme (en pourcentage de tonnage de dérivés certifiés RSPO Mass Balance ou Segregated)	0 %	86 %	70 %
Montres et Joaillerie			
Diamants : Certification RJC COP (en pourcentage de carat de diamants issus de fournisseurs directs certifiés COP)	90 %	98 %	100 %
Or : Certification RJC COP Certification RJC CoC Pour les Maisons non certifiées CoC, l'or est intégré à l'indicateur reporté lorsqu'il provient d'affineurs certifiés CoC, indépendamment des sous-traitants intermédiaires (entre l'affineur et la Maison)	94 %	82 %	100 %
	-	79 %	100 %

(a) Évolution liée à l'amélioration des pratiques des Maisons et du reporting.



4. LIFE 2020 – Objectif « changement climatique »

4.1 OBJECTIF COMMUN

La lutte contre le changement climatique est un axe majeur de la politique écologique de LVMH. Le Groupe a souvent joué un rôle pionnier dans ce domaine. Il a notamment participé au début des années 2000 à l'expérimentation de la méthode qui allait devenir le Bilan Carbone. Il fut aussi la première entreprise, dans l'univers du luxe, à mettre en place en 2015 un fonds carbone interne. Consommation d'énergie, production, transport, logistique, habitudes de travail... LVMH explore toutes les pistes afin de diminuer l'impact de ses activités sur le climat. En 2019, LVMH a annoncé un partenariat avec la fondation Solar Impulse de Bertrand Piccard qui vise à identifier des solutions innovantes pour réduire l'empreinte environnementale des activités humaines, notamment dans la cadre de la lutte contre le changement climatique.

Dans le cadre de LIFE 2020, le Groupe vise une baisse de 25 % des émissions de gaz à effet de serre sur les scope 1 et 2, en valeur absolue, entre 2013, année de référence, et 2020. La performance des sites (de production, logistiques et administratifs) se calcule en comparant les données, site à site, entre 2013 et l'année de reporting. La performance CO₂ des boutiques

s'obtient en multipliant l'efficacité CO₂ de l'année de reporting (en t. CO₂ eq. /m²) à la surface de référence (surface totale des boutiques reportées en 2013). La valeur CO₂ ainsi reconstituée pour l'année de reporting couvre 65 % des émissions totales en 2019. Trois axes d'action sont privilégiés : améliorer le suivi et le reporting, augmenter l'efficacité énergétique des opérations, notamment dans les boutiques du Groupe, et développer le recours aux énergies renouvelables.

Une étude spécifique sur l'évaluation de l'impact environnemental de la production des matières premières et de la « supply chain » a été conduite en 2016. Sur l'ensemble de la chaîne de valeur du Groupe quantifiée, 50 % des émissions sont générées par la production des matières premières et 30 % par le transport amont et aval. Viennent ensuite les émissions générées par les sites de production, les centres logistiques, les bureaux et les boutiques des Maisons (20 %), que celles-ci soient directes (scope 1) ou indirectes (scope 2). Les émissions en aval générées par l'usage des produits (lavage des produits de mode, rinçage de certains produits cosmétiques, etc.) ou leur traitement en fin de vie seront affinés en 2021.

4.2 LE FONDS CARBONE LVMH

Créé en 2016, le Fonds carbone LVMH s'inscrit dans la politique LIFE 2020 – « changement climatique ». Annuellement la contribution attendue de chaque Maison est calculée en multipliant les émissions de gaz à effet de serre issues de ses activités par le prix carbone fixé par LVMH, qui est passé de 15 euros à 30 euros

la tonne en 2018. Le montant ainsi obtenu doit être investi l'année suivante dans des projets visant à réduire les émissions. Le Fonds carbone a atteint son objectif en 2019 : 16,5 millions d'euros et 138 projets réalisés qui pourraient éviter l'émission dans l'atmosphère de 5 658 tonnes de gaz à effet de serre par an.

4.3 EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE ET ÉNERGIES RENOUVELABLES

La recherche de l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables constituent des axes majeurs de la politique menée par LVMH pour réduire son impact carbone, politique impliquant également une meilleure gestion de l'énergie, indispensable pour faire baisser la consommation d'énergie globale.

4.3.1 Consommation énergétique

La consommation d'énergie globale s'est élevée à 1 059 892 MWh en 2019 pour les filiales du Groupe incluses dans le périmètre de reporting. Celle-ci correspond à la somme des sources d'énergie primaire (fioul, butane, propane, gaz naturel) et des sources d'énergie secondaire (électricité, vapeur et eau glacée) principalement utilisées pour la mise en œuvre des procédés de fabrication, de la climatisation et du chauffage des bâtiments et des boutiques.

La consommation d'énergie par groupe d'activités a évolué ainsi entre 2018 et 2019 :

(en MWh)	2019	2018	2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	223 395	220 454	222 785	1
Mode et Maroquinerie	394 620	393 598	385 516	(2)
Parfums et Cosmétiques	93 923	94 044	94 021	-
Montres et Joaillerie	40 726	40 935	38 773	(5)
Distribution sélective	286 142	286 514	306 319	7
Autres activités	21 086	22 006	21 086	(4)
TOTAL	1 059 892	1 057 551	1 068 500	1

La consommation par groupe d'activités et par source d'énergie s'établit ainsi en 2019 :

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Fioul	Butane Propane	Vapeur	Eau glacée	Énergies renou- velables
Vins et Spiritueux	22 842	80 479	117	43 921	3 253	-	-	72 784
Mode et Maroquinerie	158 241	110 816	-	9 114	5 851	2 182	2 238	106 179
Parfums et Cosmétiques	7 871	31 564	-	2 532	-	1 234	378	50 345
Montres et Joaillerie	11 822	5 783	-	907	144	285	-	21 785
Distribution sélective	124 270	14 383	-	662	13	5 878	8 611	132 323
Autres activités	5 750	4 634	-	1 231	-	1 445	2 979	5 046
TOTAL	330 796	247 659	117	58 367	9 261	11 024	14 206	388 462

4.3.2. Émissions directes (scope 1) et émissions indirectes (scope 2)

Les émissions de scope 1 sont les émissions générées directement par les sites, essentiellement par des combustions de fioul et de gaz naturel. Les émissions de scope 2 sont les émissions indirectes liées aux consommations d'énergie, générées essentiellement par l'électricité consommées sur les sites. Des actions sont menées depuis longtemps au sein des sites de production des Maisons.

Les Maisons se consacrent également avec force à l'amélioration de l'efficacité énergétique des boutiques, principales responsables des émissions de gaz à effet de serre de LVMH. Grâce à leur mobilisation, elles ont déjà atteint un des objectifs de LIFE 2020 : l'amélioration de 15 % de l'efficacité énergétique moyenne de chaque boutique existante, notamment en déployant les meilleures technologies d'éclairage qui leur sont proposées dans la plateforme interne LVMH Lighting ainsi qu'en déployant les LVMH Stores Guidelines (voir partie 5. LIFE 2020 – Objectif « sites »).

(1) Valeur et évolution à périmètres comparables.



Les émissions de CO₂ par groupe d'activités ont évolué ainsi entre 2018 et 2019 :

<i>(en tonnes équivalent CO₂)</i>	Émissions de CO ₂ en 2019	<i>Dont</i>		Émissions de CO ₂ en 2018	Émissions de CO ₂ en 2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
		<i>Pourcentage d'émissions de CO₂ directes</i>	<i>Pourcentage d'émissions de CO₂ indirectes</i>			
Vins et Spiritueux	40 893	71	29	40 845	40 442	(1)
Mode et Maroquinerie	113 314	25	77	113 783	108 692	(4)
Parfums et Cosmétiques	12 971	56	45	12 807	12 832	-
Montres et Joaillerie	7 257	20	80	7 027	6 332	(10) ^(a)
Distribution sélective	72 643	4	96	88 089	70 764	(20) ^(a)
Autres activités	3 340	58	62	3 319	3 340	1
TOTAL	250 418	27	73	265 870	242 402	(9)

(a) Évolution liée au passage en énergie renouvelable et au déploiement de technologies plus économes en énergie.

4.3.3 Matières premières et transport (scope 3)

L'étude menée en 2016 sur l'impact environnemental de la production des matières premières nécessaires à la fabrication des produits des Maisons a été mise à jour en 2018. Elle souligne que plus de 70 % des émissions sont générées par le cuir, le raisin et le verre des emballages. Avec l'aide de ses partenaires, le Groupe poursuit ses efforts pour quantifier ces émissions et cherche également à affiner l'évaluation de l'impact des matières premières comme le cuir, l'or et le coton :

- production de matières premières : les principaux postes d'émission de gaz à effet de serre sont la production des cuirs

(432 000 teq CO₂) et la viticulture (172 000 teq CO₂, ce chiffre inclut les vignes appartenant aux Maisons du Groupe ainsi qu'aux livreurs de raisin) et le verre des emballages (158 000 teq CO₂) ;

- transport amont : transport des matières premières et composants vers les sites de production. Seuls les principaux composants et matières premières sont pris en compte ;
- transport aval : transport des produits finis depuis les sites de production vers les plates-formes de distribution.

Les émissions de gaz à effet de serre générées par le transport amont se répartissent ainsi en 2019 :

<i>(en tonnes équivalent CO₂)</i>	Route	Air	Maritime	Total
Vins et Spiritueux	16 254	1 457	898	18 609
Mode et Maroquinerie	1 048	12 510	45	13 603
Parfums et Cosmétiques	1 029	40 903	470	42 402
Montres et Joaillerie	3	1 715	-	1 718
Distribution sélective	-	-	-	-
TOTAL	18 334	56 585	1 413	76 332

(1) Valeur et évolution à périmètres comparables.

Les émissions de gaz à effet de serre générées par le transport aval se répartissent ainsi en 2019 :

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Rail	Air	Maritime	Barge fluvial	Route électrique	Gaz naturel liquide	Total
Vins et Spiritueux	22 086	690	41 674	20 176	149	2	117	84 894
Mode et Maroquinerie	3 240	51	218 402	106	-	-	171	221 970
Parfums et Cosmétiques	3 111	-	323 136	2 109	-	-	-	328 356
Montres et Joaillerie	221	-	37 484	70	-	-	-	37 775
Distribution sélective	3 875	-	9 724	205	-	79	-	13 883
TOTAL	32 533	741	630 420	22 666	149	81	288	686 878

Les Maisons Rimowa, Le Bon Marché, Château d'Yquem, DFS, Fred, Rossimoda et Les Echos n'ont pas reporté leurs données pour cet indicateur.

4.3.4 Énergies renouvelables

Parallèlement aux actions menées pour diminuer sa consommation d'énergies fossiles, LVMH augmente sa consommation d'énergies renouvelables. La hausse est rapide, puisqu'entre 2013 et 2019, la part de ces énergies dans le mix énergétique du Groupe est

passée de 1% à plus de 36%. L'un des principaux leviers de progrès du Groupe est la signature de contrats cadres avec des fournisseurs d'énergie. Le premier date de 2015 et permet d'alimenter en électricité verte plus de 90% des sites français de LVMH appartenant à 23 Maisons. Un contrat similaire a été signé en 2016 pour la fourniture de plusieurs Maisons italiennes et un troisième est en préparation pour les sites implantés en Espagne. Par ailleurs, de nombreux sites sont équipés de panneaux photovoltaïques ou d'installations géothermiques. Depuis 2019, tous les sites de Sephora aux États-Unis sont alimentés en électricité verte.

4.4 PERSPECTIVES POUR L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

En parallèle à ses actions, le Groupe conduit également une réflexion concernant les différents enjeux de l'adaptation au changement climatique. À moyen terme, l'évolution des pratiques de viticulture est la composante majeure de la stratégie d'adaptation du Groupe. Pour les vignobles européens plusieurs réponses sont possibles selon l'ampleur du changement climatique qui sera constatée depuis la modification des dates de vendange,

l'évolution des modes de conduite des vignes (élargissement des rangs, augmentation de la taille des pieds de vigne, utilisation de l'irrigation dans certains pays) jusqu'au test de nouveaux cépages. Pour les vignobles localisés en Argentine et en Californie, l'enjeu majeur est la disponibilité en eau (cf. § 5.3 Consommation d'eau et prévention des pollutions).

4.5 SUIVI DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS

Tableau de suivi des objectifs LIFE 2020 Changement climatique

Indicateurs	Niveau de référence (2013)	Performance 2019	Objectif 2020
Émissions de CO ₂	220 480 teq CO ₂	- 25 %	Réduction de 25 % des émissions de CO ₂ (scope 1 et 2 à périmètre constant)
Part des énergies renouvelables dans le mix énergétique du Groupe	1 %	36 %	Atteindre 30 % d'énergies renouvelables dans le mix énergétique du Groupe
Performance énergétique des boutiques (consommation d'électricité en kWh/m ²)	460 kWh/m ²	- 21 %	Améliorer de 15 % la performance énergétique des boutiques (consommation d'électricité en kWh/m ²) (objectif atteint dès 2017)



5. LIFE 2020 – Objectif « sites »

5.1 OBJECTIFS

Dès son lancement en 2012, le programme LIFE intégrait un impératif : des sites respectueux de l'environnement. Cet engagement a été renforcé avec LIFE 2020. En tant qu'acteur majeur de l'industrie du luxe, LVMH veut faire en sorte que ses 397 sites industriels et administratifs et ses 4 915 boutiques soient exemplaires. Le Groupe a demandé à ses Maisons de mettre en place un système de management environnemental dans tous leurs sites de production ainsi que dans les sites administratifs qui accueillent plus de 50 personnes.

Les Maisons doivent également s'engager dans une démarche d'amélioration continue : en prenant pour année de référence 2013, LVMH leur demande de réduire de 10 %, dans chacun de leurs sites, au moins l'un des indicateurs suivants : consommation d'eau, consommation d'énergie, production de déchets. Des

objectifs ont aussi été assignés à leurs boutiques. Leur performance environnementale doit atteindre au moins 50/100 sur la grille LIFE in Stores Guidelines de LVMH, élaborée en 2016 sur la base des référentiels internationaux les plus exigeants (Leed, Breeam, Greenstar, HQE, Well, Beam...). Elle recense les dix points les plus importants pour la performance environnementale d'une boutique, de l'isolation du bâtiment à la densité d'éclairage, en passant par la climatisation et le chauffage. Ces guidelines ont été élaborés dans le cadre du programme LVMH LIFE in Stores. Son objectif est de favoriser l'intégration des enjeux environnementaux en amont des projets de boutiques, dès la phase de conception. Un événement LIFE in Stores organisé cette année à New York a été l'occasion de présenter aux architectes les meilleures technologies pour réduire les consommations d'énergie des boutiques et sites des Maisons.

5.2 MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL ET DÉMARCHE DE CERTIFICATION

Le Groupe a décidé de généraliser la certification environnementale de ses sites, qui constitue un outil à la fois dynamique, fédérateur et motivant pour l'amélioration continue. Cette démarche de certification n'est pas nouvelle pour les Maisons : la Charte Environnement de LVMH leur impose en effet de mettre en place un système de management environnemental porté au niveau de

la direction. Nombre d'entre elles ont opté pour la norme ISO 14001. Hennessy a joué un rôle pionnier, devenant en 1998 la première entreprise de vins et spiritueux au monde à décrocher la certification ISO 14001. À fin 2019, 60 % des sites industriels, logistiques ou administratifs du Groupe étaient certifiés ISO 14001, et plus particulièrement 71 % des sites industriels.

5.3 CONSOMMATION D'EAU ET PRÉVENTION DES POLLUTIONS

5.3.1 Analyse de la consommation d'eau

La consommation d'eau est analysée pour les utilisations suivantes :

- besoins « process » : utilisation de l'eau pour les opérations de nettoyage (cuves, produits, appareils, sols), la climatisation, le personnel, la fabrication des produits..., l'eau ainsi consommée générant des eaux usées ;
- besoins agricoles : utilisation de l'eau à des fins d'irrigation des vignes hors de France, l'irrigation n'étant pas pratiquée en

France pour les vignobles du Groupe. Dans ce cadre, l'eau est prélevée directement dans le milieu naturel pour être utilisée en irrigation ; son niveau d'utilisation d'une année sur l'autre est étroitement lié aux variations climatiques. Il convient toutefois de noter que les consommations d'eau pour les besoins agricoles sont évaluées par les sites avec une incertitude plus importante que les consommations d'eau pour les besoins de « process ».

La consommation d'eau varie de la manière suivante entre 2018 et 2019 :

(en m ³)	2019	2018	2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Besoins « process »	3 927 034	3 985 070	3 930 956	1
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	7 018 856	5 568 770	6 946 556	25 ^(a)

(a) Évolution principalement liée à l'augmentation des besoins en irrigation en Argentine et en Nouvelle-Zélande.

(1) Valeur et évolution à périmètres comparables.

La consommation d'eau pour des besoins « process » se décompose ainsi, par groupe d'activités :

<i>(besoins « process », en m³)</i>	2019	2018	2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	1 247 673	1 193 364	1 247 673	5
Mode et Maroquinerie	1 918 215	1 840 355	1 911 342	4
Parfums et Cosmétiques	194 720	204 089	195 700	(4)
Montres et Joaillerie	75 955	80 566	80 516	-
Distribution sélective	306 062	401 708	311 317	(23) ^(a)
Autres activités	184 408	264 989	184 408	(30) ^(b)
TOTAL	3 927 034	3 985 070	3 930 956	(1)

(a) Évolution liée à l'installation d'un équipement sur un site.

(b) Évolution liée à des travaux exceptionnels en 2018 et à l'amélioration du reporting.

Une analyse approfondie de sensibilité aux contraintes locales a été menée pour l'ensemble des Maisons du Groupe en utilisant l'indice de Pfister, 2009 et la base de données Aquastat, 2012. Cette analyse se base sur l'évaluation de la sensibilité de chaque zone géographique en comparant localement la consommation d'eau aux ressources disponibles. Quatre Maisons avec des consommations d'eau significatives à l'échelle du Groupe sont localisées dans des zones avec un stress hydrique proche de 100%, signifiant que le besoin en eau dans ces régions est proche des ressources disponibles :

- les vignobles de Domaine Chandon Argentina (Agrelo et Terrazas) qui représentent 80 % des besoins agricoles en eau du Groupe ;
- les vignobles de Domaine Chandon California et Newton qui représentent 6 % des besoins agricoles en eau du Groupe.

L'irrigation des vignes est une pratique autorisée et encadrée en Californie et en Argentine en raison du climat. Cette irrigation est nécessaire au développement des vignes. Pour limiter néanmoins la consommation d'eau les mesures suivantes sont prises : récupération d'eau de pluie, mise en place de protocoles de mesure et de caractérisation des besoins en eau, pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte en Californie, anticipation

météorologique pour une utilisation optimisée de l'irrigation ou pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui limite l'utilisation de l'eau et améliore la qualité des raisins et la taille de la vigne, permettant en outre une concentration des arômes et de la couleur.

5.3.2 Prévention des pollutions

Concernant la prévention de la pollution de l'eau, seul est retenu comme indicateur important et pertinent les rejets de substances dans l'eau par les activités Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques concourant à l'eutrophisation. Les autres activités du Groupe n'ont qu'un très faible impact sur la qualité de l'eau. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de leur oxygénation, néfaste pour l'environnement. Le paramètre pour la mesurer est la Demande chimique en oxygène (DCO), calculée après traitement des effluents dans les stations du Groupe ou dans les stations externes avec lesquelles les sites ont des conventions. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage.

La DCO après traitement évolue ainsi entre 2018 et 2019 :

DCO après traitement <i>(tonnes/an)</i>	2019	2018	2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	967	1 066	967	(9) ^(a)
Mode et Maroquinerie	37	64	37	(42) ^(b)
Parfums et Cosmétiques	26	40	26	(35) ^(c)
TOTAL	1 030	1 170	1 030	(11)

(a) Évolution liée à la méthodologie de mesure.

(b) Évolution liée à l'amélioration du reporting et à l'évolution de l'activité.

(c) Évolution liée à l'amélioration du reporting (retraitement de la donnée 2018).

La fréquence des mesures des Maisons les plus contributrices est conforme à la réglementation locale mais reste limitée au regard des variations observées sur les quantités rejetées.

Les émissions de COV font l'objet de plans de prévention notamment pour les activités de Parfums et Cosmétiques et les tanneries.

(1) Valeur et évolution à périmètres comparables.



5.4 RÉDUCTION ET VALORISATION DES DÉCHETS

5.4.1 Déchets produits et valorisés

En 2019, 91 % des déchets ont été valorisés (91 % en 2018). Sont considérés comme déchets valorisés ceux dont la destination finale correspond, par ordre décroissant d'intérêt conformément aux législations européenne et française, à l'une des filières suivantes :

- réutilisation, c'est-à-dire utilisation d'un déchet pour le même usage que celui pour lequel le produit a été initialement conçu ;

- valorisation matière, c'est-à-dire recyclage (réintroduction directe d'un déchet dans le cycle de production dont il est issu en remplacement total ou partiel d'une matière première vierge), compostage ou épandage contrôlé de déchets composés de matières organiques pour la fertilisation des sols ;
- incinération avec valorisation énergétique, c'est-à-dire récupération de l'énergie issue de la combustion du déchet sous forme d'électricité ou de chaleur.

Le poids des déchets produits a varié comme suit entre 2018 et 2019 :

(en tonnes)	Déchets produits en 2019	Dont déchets dangereux produits en 2019 ^(a)	Déchets produits en 2018	Déchets produits en 2019 pro forma ⁽¹⁾	Évolution des déchets produits ⁽⁴⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	62 667	502	65 423	62 667	(4)
Mode et Maroquinerie	16 327	2 421	15 888	15 963	1
Parfums et Cosmétiques	9 112	1 764	10 186	9 118	(10) ^(b)
Montres et Joaillerie	992	511	869	988	14 ^(b)
Distribution sélective	4 806	9	4 895	4 806	(2)
Autres activités	1 716	129	2 234	1 716	(23) ^(c)
TOTAL	95 620	5 136	99 495	95 258	(4)

(a) Déchets nécessitant un tri et un traitement séparés des déchets dits « banals » (cartons, plastiques, papier).

(b) Évolution liée à l'activité.

(c) Évolution liée à des travaux exceptionnels en 2018 sur un site.

Les déchets ont été valorisés ainsi en 2019 :

(en % des déchets produits)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	35	59	3	97
Mode et Maroquinerie	3	40	29	72
Parfums et Cosmétiques	2	69	26	97
Montres et Joaillerie	18	24	30	72
Distribution sélective	4	47	28	79
Autres activités	6	39	44	89
TOTAL	24	56	12	91

(1) Valeur et évolution à périmètres comparables.

En France, les Maisons de Parfums et Cosmétiques, Sephora depuis 2010 et Louis Vuitton depuis 2011 utilisent la plate-forme CEDRE (Centre environnemental de déconditionnement, recyclage écologique) dédiée au tri, au recyclage et à la valorisation de l'ensemble des déchets issus de la fabrication, du conditionnement, de la distribution et de la vente des produits cosmétiques. Cette plate-forme de déconditionnement accueille plusieurs types de gisements : les articles de conditionnement obsolètes, les produits alcooliques obsolètes, les éléments de publicité, les testeurs utilisés en boutique et les emballages vides rapportés par les clients en boutique. Depuis 2014, les prestations ont été élargies au textile. En 2019 ce sont 2 447 tonnes de déchets qui ont été traités. Les différents matériaux (verre, carton, bois, métal, plastique, alcool et cellophane) sont revendus à un réseau de recycleurs spécialisés.

5.4.2 Actions contre le gaspillage alimentaire

La Grande Épicerie de Paris dispose de plusieurs ateliers de production de denrées fraîches. La Maison a développé un système précis de prévision des ventes afin d'adapter quotidiennement la production aux volumes de ventes.

Un partenariat a été signé avec La Croix Rouge qui récupère chaque jour la production invendue. Un partenariat a été lancé en 2018 avec la société Too Good To Go, qui permet aux commerçants de proposer leurs invendus aux utilisateurs de l'application éponyme.

La Grande Épicerie Rive Droite comme La Grande Épicerie Rive Gauche ont pour objectifs d'étudier la mise en place de nouveaux partenariats avec des acteurs engagés en la matière et d'étendre la sélection de produits proposée dans le cadre de ces partenariats.

Au regard des activités du Groupe, la précarité alimentaire et les actions en faveur d'une alimentation responsable, équitable et durable ne constituent pas des risques principaux.

5.5 SUIVI DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS

Tableau de suivi des objectifs LIFE 2020 Sites

Indicateurs	Niveau de référence (2013)	Performance 2019	Objectif 2020
Niveau de déploiement du système de management environnemental (ISO 14001, EMAS...) dans les sites industriels	60 %	71 %	Déployer un système de management environnemental (ISO 14001, EMAS...) dans 100 % des sites industriels

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

6. TALENTS ET ATTRACTIVITÉ

1. Politique générale	88
1.1 Organisation de la démarche de responsabilité sociale	88
1.2 Organisation du reporting social	88
1.3 Principales données concernant l'effectif	89
2. Un recrutement ambitieux et inclusif	91
2.1 Une politique de recrutement diverse et inclusive	91
2.2 Faire émerger les talents de demain	93
2.3 Recruter sans discriminer	94
3. Un environnement de travail épanouissant	95
3.1 Apprendre et se développer : des éléments essentiels pour valoriser les singularités et le potentiel de chacun	95
3.2 Veiller à la santé et à la sécurité de tous au travail et favoriser le dialogue social	97



1. Politique générale

La démarche de responsabilité sociale du Groupe est conduite par l'intermédiaire de LVMH et ses filiales, qui emploient l'intégralité des effectifs du groupe Financière Agache.

Au cœur des actions du Groupe, une conviction forte : nos talents font toute la différence. Pour accompagner son développement, le Groupe doit attirer et faire évoluer les personnes les plus talentueuses sur tous les continents. Créer les conditions de leur réussite au sein de notre écosystème est un gage de pérennité.

Accueillir les meilleurs éléments via un recrutement ambitieux et ouvert à tous les talents et offrir aux collaborateurs un environnement qui leur permette de s'épanouir au travail en donnant le meilleur d'eux-mêmes sont des objectifs essentiels pour le Groupe.

Ces deux pivots de la politique des Ressources humaines du Groupe sont donc présentés alternativement dans le présent chapitre, précédés d'informations générales sur la démarche de responsabilité sociale, l'organisation du reporting social et les principales données-clés de l'effectif.

1.1 ORGANISATION DE LA DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE

Les actions des Maisons en matière de responsabilité sociale font l'objet d'un recensement annuel spécifique. Couvrant l'ensemble des Maisons, ce recensement a pour objet les thématiques du respect des droits de l'homme, de la prévention des discriminations et de la diversité, du développement des compétences, des conditions de travail, de l'écoute des salariés et du dialogue social, et de l'implication sociale territoriale. Le formulaire de recensement précise les références aux conventions et recommandations de l'Organisation Internationale du Travail.

La démarche de responsabilité sociale se structure autour de quatre axes en matière de responsabilité, identifiés à partir d'échanges et interactions entre les différentes parties prenantes et d'une analyse des enjeux du Groupe.

L'exercice de cartographie des risques mené au niveau de LVMH et au niveau de chacune des Maisons a permis d'enrichir cette démarche en précisant notamment les facteurs liés aux pays d'implantation et aux types d'activités menées sur les sujets suivants : salaires et temps de travail décents, non-discrimination sur le lieu de travail, liberté d'association et syndicale.

Ces axes sont les suivants : le développement des talents et des savoir-faire, l'attention constante portée aux conditions de travail, la prévention contre toutes les formes de discrimination et le respect de la singularité, ainsi que l'implication sociale territoriale au bénéfice des populations environnantes.

Ces axes communs à toutes les Maisons précisent leur cadre d'action global tout en leur laissant la possibilité d'identifier d'autres enjeux spécifiques à leurs métiers et à leur environnement, et de définir leurs propres plans d'actions.

1.2 ORGANISATION DU REPORTING SOCIAL

Le Groupe veille à assurer la qualité et l'exhaustivité des données sociales à travers des processus de collecte et de validation rigoureux.

Collecte et validation des données du reporting social

Les directeurs des Ressources humaines des Maisons, responsables du reporting effectué sur leur périmètre, nomment pour chaque société un rapporteur en charge de collecter et de déclarer l'ensemble des données sociales, ainsi qu'un relecteur ayant pour responsabilité de contrôler les données déclarées et de vérifier l'exactitude de celles-ci par le biais d'une signature électronique lors de la validation d'un questionnaire complété en ligne. Le directeur des Ressources humaines de la Maison valide lui-même l'ensemble du processus par la signature d'une lettre d'affirmation.

Des contrôles informatiques sont mis en place tout au long de la session de reporting afin de vérifier la fiabilité et la cohérence des informations saisies.

Depuis l'exercice 2007, une sélection d'indicateurs du reporting social annuel du Groupe fait l'objet d'une vérification par l'un des Commissaires aux comptes. Pour l'exercice 2019, les données sociales ont été vérifiées par le cabinet Ernst & Young, conformément à l'article R. 225-105-2 du Code de commerce (dans sa rédaction issue de la transposition en droit français de la directive européenne 2014/95/UE sur la publication d'informations non financières et d'informations relatives à la diversité par certaines grandes entreprises et certains groupes).

Un support d'accompagnement est accessible à l'ensemble des acteurs du reporting social du Groupe, pour leur permettre de se familiariser avec les objectifs de cette démarche et d'approfondir leur compréhension de la méthodologie de calcul des indicateurs critiques. Pour chaque indicateur social, une fiche descriptive précise la pertinence de l'indicateur, les définitions des données, la procédure à appliquer pour le recueil de l'information et les différents contrôles à effectuer lors de la saisie des données.

Précisions sur le périmètre du reporting social

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

Les effectifs publiés ci-dessous concernent l'ensemble des sociétés consolidées au 31 décembre 2019, incluant la part de LVMH dans les joint-ventures, à l'exception de certaines sociétés faisant

partie du Groupe depuis moins d'un an, dont la Maison Belmond. Les autres indicateurs sociaux ont été calculés sur un périmètre de 798 entités organisationnelles couvrant plus de 99% de l'effectif mondial et intègrent les collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures.

Les collaborateurs du Groupe en Chine et ses régions sont comptabilisés dans les effectifs CDI (24 335 au 31 décembre 2019). En effet, bien que selon la législation sociale chinoise, de tels contrats comportent une durée légale et ne peuvent être pérennisés qu'après plusieurs années, le Groupe considère ces personnes comme des effectifs en CDI.

1.3 PRINCIPALES DONNÉES CONCERNANT L'EFFECTIF

L'effectif total au 31 décembre 2019 est de 163 309 collaborateurs, en augmentation de 5% par rapport à 2018. Il se répartit en 147 230 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 16 079 sous contrat à durée déterminée (CDD). 27 248 salariés travaillent à temps partiel, soit 17% de l'ensemble du personnel.

Les effectifs hors de France représentent 79% des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen total 2019 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 147 684 personnes, en augmentation de 8% par rapport à 2018.

1.3.1 Répartition de l'effectif par groupe d'activités, par région du monde et par catégorie professionnelle

Répartition par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2019	%	2018	%	2017	%
Vins et Spiritueux	7 671	5	7 380	5	7 157	5
Mode et Maroquinerie	53 456	33	48 101	31	41 212	28
Parfums et Cosmétiques	30 427	19	29 141	18	26 699	18
Montres et Joaillerie	9 426	6	8 784	6	8 100	6
Distribution sélective	57 383	35	57 975	37	57 360	40
Autres activités	4 946	3	4 707	3	4 719	3
TOTAL	163 309	100	156 088	100	145 247	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2019	%	2018	%	2017	%
France	33 701	21	31 156	20	29 578	20
Europe (hors France)	40 453	25	38 645	25	34 159	24
États-Unis	31 483	19	32 724	21	32 717	23
Japon	7 391	5	6 905	4	6 397	4
Asie (hors Japon)	38 109	23	34 802	22	31 102	21
Autres marchés	12 172	7	11 856	8	11 294	8
TOTAL	163 309	100	156 088	100	145 247	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

**Répartition par catégorie professionnelle**

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2019	%	2018	%	2017	%
Cadres	32 004	20	29 288	19	26 631	18
Techniciens – Responsables d'équipes	15 333	9	14 500	9	14 009	10
Employés administratifs – Personnel de vente	93 575	57	91 624	59	86 742	60
Personnel de production	22 398	14	20 676	13	17 865	12
TOTAL	163 309	100	156 088	100	145 247	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

1.3.2 Âge moyen et répartition par âge

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

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Âge : Moins de 25 ans	11,7	6,1	9,0	17,9	4,3	13,1	20,7
25 – 29 ans	20,0	16,6	15,9	21,2	12,9	26,5	22,2
30 – 34 ans	20,1	16,8	17,6	18,0	18,4	27,1	20,0
35 – 39 ans	15,2	13,9	15,7	13,1	20,3	16,4	15,3
40 – 44 ans	11,1	12,4	13,9	8,5	21,2	7,8	9,3
45 – 49 ans	8,5	11,8	11,7	6,7	13,6	4,1	5,3
50 – 54 ans	6,4	10,2	8,5	5,5	6,3	2,6	3,3
55 – 59 ans	4,5	8,5	5,3	4,5	3,0	1,4	2,1
60 ans et plus	2,5	3,8	2,4	4,6	0,2	1,0	1,1
	100	100	100	100	100	100	100
ÂGE MOYEN	36	40	38	36	38	33	33

1.3.3 Ancienneté moyenne et répartition par ancienneté

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 9 ans en France et varie de 4 à 8 ans dans les autres zones géographiques. Cette différence s'explique principalement par la prédominance, dans ces zones géographiques, des activités de distribution caractérisées par un taux de turnover plus important.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Ancienneté : Moins de 5 ans	61,0	46,1	54,8	70,4	49,3	70,5	75,5
5 – 9 ans	18,4	18,6	19,5	17,3	18,1	18,6	16,2
10 – 14 ans	9,1	11,3	12,3	6,8	14,5	6,1	4,6
15 – 19 ans	5,5	9,9	6,8	3,3	11,8	2,1	1,8
20 – 24 ans	2,6	5,0	3,5	1,2	4,0	1,1	1,0
25 – 29 ans	1,5	3,5	1,5	0,5	1,6	0,8	0,3
30 ans et plus	1,9	5,6	1,5	0,5	0,8	0,7	0,6
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ANCIENNETÉ MOYENNE	6	9	7	5	8	5	4

2. Un recrutement ambitieux et inclusif

Essentiel au dynamisme du Groupe, le recrutement est un pilier stratégique de sa politique de Ressources humaines. Compte tenu de la richesse des opportunités offertes, le Groupe bénéficie d'un fort capital d'attractivité, qu'il renforce constamment en

formant les profils prometteurs, tout en veillant à l'exemplarité de ses pratiques de recrutement, afin d'accueillir tous les talents sans considération de sexe, d'âge, de handicap, ou tout autre caractéristique non pertinente dans l'exercice des postes à pourvoir.

2.1 UNE POLITIQUE DE RECRUTEMENT DIVERSE ET INCLUSIVE

La capacité à recruter les personnes les plus talentueuses et les développer est essentielle à la performance et constitue donc la base de la politique de ressources humaines du Groupe.

Le Groupe est un groupe où la création et le savoir-faire sont primordiaux et dans lequel les femmes et les hommes font la différence et constituent un atout concurrentiel essentiel au cœur de la réussite des Maisons.

Les recrutements s'opèrent à tous niveaux de séniorité : jeunes diplômés, cadres expérimentés, dirigeants, dans les pays et régions dans lesquels le Groupe opère.

Au-delà du nombre pour faire face à la croissance, l'univers des Maisons, à forte dimension créative, requiert des personnes passionnées par leur métier, en recherche permanente de l'excellence dans leur domaine, alliant compétences techniques, savoir-faire et savoir-être.

Les profils recherchés sont des femmes et des hommes en accord avec les valeurs du Groupe, c'est-à-dire des personnalités à la fois pragmatiques et créatives, au tempérament d'entrepreneur, ayant une forte sensibilité aux produits du luxe et aux services associés. Pour réussir dans l'écosystème du Groupe, agilité, esprit d'entreprendre, sens de la qualité sont essentiels. En effet, les talents recrutés doivent appréhender une double dimension : la pérennité ou le temps « long » des Maisons et celui « vif et agile » de l'entrepreneur.

La diversité des profils, des cultures, des talents du Groupe à travers le monde constitue un capital unique, source de la réussite incomparable sur le marché du luxe. C'est un facteur-clé de compétitivité. Toutes les Maisons conjuguent vision globale et approche locale. Cela suppose de former des équipes multiculturelles, de faire travailler ensemble des talents d'origines diverses, venus du monde entier, et d'offrir aux collaborateurs des parcours internationaux pour s'ouvrir à d'autres cultures. La taille du Groupe et la diversité des Maisons, l'étendue de leurs implantations, la multitude d'opportunités favorisent cette mobilité géographique et constituent un facteur d'attractivité unique en termes de perspectives de carrières. Ainsi en 2019, 66% des postes de cadres dirigeants ont été pourvus grâce à la promotion interne.

Dans un environnement très compétitif, le Groupe travaille de façon constante à son image employeur et s'assure que l'univers de travail reste attractif. En 2019, LVMH a organisé 250 événements à travers le monde dans les écoles et universités pour faire connaître le Groupe et ses différents métiers.

L'attractivité du Groupe a été saluée à diverses reprises en 2019 : Universum place LVMH – pour la 14^e année consécutive – en tête de son classement des entreprises préférées des étudiants d'écoles de commerce en France, et le Groupe a également progressé dans les classements internationaux.

Rémunération moyenne

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

Effectif concerné (en %)	2019	2018	2017
Moins de 1 500 euros	1,9	1,5	1,6
De 1 501 à 2 250 euros	15,3	16,2	19,5
De 2 251 à 3 000 euros	22,6	22,8	21,5
Plus de 3 000 euros	60,2	59,5	57,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0



Frais de personnel ^(a)

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Masse salariale brute – Contrats à durée déterminée ou indéterminée	6 544,7	5 787,2	5 746,6
Charges sociales patronales	1 619,3	1 490,9	1 412,6
Travail temporaire	324,0	306,0	287,6
TOTAL FRAIS DE PERSONNEL	8 488,0	7 584,2	7 446,9

(a) Les indicateurs sont issus du système de reporting RH, intégrant 798 entités organisationnelles, à l'exception de certaines sociétés faisant partie du Groupe depuis moins d'un an, dont la Maison Belmond.

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est en baisse par rapport à l'année précédente et représente 6,7 % du total de la masse salariale dans le monde (7 % en 2018), charges sociales comprises.

Intéressement, participation et épargne salariale

Toutes les sociétés françaises de 50 salariés et plus disposent d'un Plan de participation, d'intéressement ou d'épargne. Ces plans ont représenté en 2019 une charge globale de 320 millions d'euros, versée au titre de l'année 2018, en augmentation par rapport à l'année précédente.

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Participation	138,3	131,4	118,2
Intéressement	148,8	123,6	102,7
Abondement aux plans d'épargne	32,9	26,7	24,0
TOTAL	320,0	281,7	244,9

Le nombre de départs de salariés en contrat à durée indéterminée, tous motifs confondus, s'élève à 34 319 en 2019, dont 48 % dans la Distribution sélective, groupe d'activité traditionnellement caractérisé par un taux de renouvellement important.

Turnover par zone géographique

<i>(en %)</i>	2019	France	Europe (hors France)	États- Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés	2018	2017
Turnover global ^(a)	23,1	12,9	16,5	40,4	12,0	26,1	29,2	22,9	22,7
Dont :									
Turnover volontaire ^(b)	17,2	5,7	12,0	34,1	10,8	20,2	21,3	17,5	16,4
Turnover involontaire ^(c)	5,4	6,2	4,1	6,0	0,9	5,7	7,7	4,9	5,8

(a) Tous motifs, sauf mobilité interne et transferts hors Groupe.

(b) Démissions.

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

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

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Vins et Spiritueux	844	855	854	717	708	724
Mode et Maroquinerie	13 563	11 915	8 509	8 609	7 610	6 884
Parfums et Cosmétiques	7 468	8 113	6 895	6 340	6 343	5 458
Montres et Joaillerie	1 799	1 697	1 356	1 253	1 124	1 187
Distribution sélective	16 719	17 176	14 782	16 508	15 458	14 566
Autres activités	894	858	795	892	844	821
TOTAL	41 287	40 614	33 191	34 319	32 087	29 640

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

2.2 FAIRE ÉMERGER LES TALENTS DE DEMAIN

Afin d'assurer la pérennité de son succès, le Groupe cherche en permanence à attirer et former les meilleurs profils correspondants à ses besoins actuels et futurs. LVMH met en œuvre de nombreuses initiatives à destination des étudiants et jeunes diplômés, dont les principales sont le développement de l'Institut des Métiers d'Excellence (IME), le programme immersif « Inside LVMH » et l'animation de différents partenariats académiques internationaux.

L'Institut des Métiers d'Excellence

Afin d'assurer la transmission de ses savoir-faire dans les métiers de l'artisanat, de la création et de la vente, LVMH a fondé en 2014 l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH, un programme de formation professionnelle à destination des jeunes générations et des personnes en reconversion professionnelle.

Ce programme en alternance a été conçu en partenariat avec des écoles et universités prestigieuses, sélectionnées pour la qualité de leur enseignement et la reconnaissance de leurs diplômes. Il permet aux alternants de bénéficier d'un cursus alliant enseignement technique et théorique au sein de ces établissements et expérience pratique au sein des 35 Maisons partenaires, via des contrats d'alternance ou de professionnalisation rémunérés. Dans le cadre de l'IME, les alternants bénéficient de formation aux langues étrangères et de Master Classes qui consistent en des rencontres d'artisans, experts et créateurs et des visites d'ateliers ou de boutiques.

Après sa création en 2014 en France, l'IME a ouvert en Suisse en 2016, puis en Italie en 2017 et enfin en Espagne en 2019. Depuis sa création, 800 apprentis ont bénéficié de ce programme, dont 300 nouveaux à la rentrée.

En 2019, l'IME propose 28 formations dont 26 en alternance dans 21 métiers, dont les vêtements flou et tailleur, la maille, la soie, la maroquinerie, la vigne et le vin, la formulation maquillage, le design et la vente. Le taux de réussite aux diplômes est de 97 %, avec un taux de placement de 74 % dans les filières métiers ou poursuites d'études initiales et un taux de placement de 61 % chez LVMH et ses partenaires externes.

« Inside LVMH »

Le Groupe continue de développer, année après année, des liens très forts avec les écoles et universités à travers le monde afin de faire découvrir aux étudiants la diversité de ses métiers et les opportunités de carrière. Après deux éditions en Europe, le programme « Inside LVMH » a été déployé en Chine en avril 2019 où près de 10 000 étudiants de 40 universités chinoises ont postulé avec un dispositif inédit sur la plateforme sociale WeChat. Parmi eux, 120 ont été sélectionnés pour participer à un grand événement à Shanghai en présence des leaders des Maisons et du Groupe, et près de 100 se sont vu offrir un stage à l'issue du programme.

Partenariats académiques internationaux

En 2019, LVMH a continué à renforcer ses liens historiques avec des écoles et universités reconnues telles que l'Essec, HEC Paris, Polytechnique ou CentraleSupélec en France, Central Saint Martins au Royaume-Uni, l'université Bocconi en Italie ou encore l'université de Fudan, en Chine. Les partenariats noués par le Groupe avec ces institutions prennent des formes diverses, incluant des initiatives dans la recherche, dans l'enseignement, dans le financement de bourses de scolarité et dans le soutien apporté à des projets d'étude.

En complément des trois initiatives majeures détaillées ci-dessus, la politique d'attraction des jeunes talents du Groupe repose sur la participation à des centaines d'événements permettant aux collaborateurs du Groupe et de ses Maisons d'aller à la rencontre des étudiants pour leur proposer des offres de stages, apprentissages, volontariats internationaux en entreprise, contrats à durée déterminée ou indéterminée. Signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe a particulièrement soutenu ce mode d'insertion professionnelle, et dénombrait au 31 décembre 2019 plus de 1 500 jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation (IME compris) dans l'ensemble de ses sociétés françaises.



2.3 RECRUTER SANS DISCRIMINER

Ouvert à tous les talents, le Groupe cherche constamment à prévenir toute forme de discrimination dans ses pratiques de recrutement.

Depuis 2011, le Groupe forme spécifiquement ses recruteurs à la prévention des discriminations à travers une session de formation obligatoire dont le contenu a été enrichi en 2018. Des sessions de formation spécifiques sont également déployées dans les différentes implantations locales du Groupe, afin de correspondre aux législations nationales applicables. Elles sont complétées par une formation Groupe aux biais décisionnels déployée à partir de décembre 2019. Le Groupe a par ailleurs créé une direction Diversité et Inclusion.

D'autre part, depuis 2008, le Groupe a mis en place un contrôle indépendant de ses pratiques de recrutement en faisant réaliser par un cabinet indépendant des tests de discrimination sur ses offres d'emploi publiées et, en 2019, une première enquête sur le risque discriminatoire dans les processus de recrutement. Ces campagnes sont déployées sur de longues périodes, à intervalle régulier, et sont d'envergure mondiale depuis 2014. Les résultats en sont présentés aux directeurs des Ressources humaines du Groupe et des Maisons, et des mesures adéquates sont mises en place le cas échéant.

Particulièrement soucieux d'attirer les meilleurs candidats sans distinction de handicap, le groupe LVMH déploie de nombreuses initiatives visant à sélectionner et former des personnes en situation de handicap, et à les intégrer à ses équipes dans les meilleures conditions. Créée en 2007, la Mission Handicap pilote la démarche du Groupe en la matière, en s'appuyant sur un réseau de 40 correspondants handicap en Maisons qui se réunit deux fois par an.

Cette politique de recrutement des travailleurs en situation de handicap concerne tous les niveaux et tous les pays du Groupe, comme aux États-Unis par exemple où Sephora a mis en place un dispositif pour recruter à terme plus de 350 personnes

handicapées au cours des trois prochaines années. Fin 2019, plus de 122 personnes en situation de handicap ont déjà été embauchées par ce biais.

En France, le Groupe a conclu plusieurs conventions de partenariat avec l'AGEFIPH (dernière en date 2014-2016), partenaire de référence sur le sujet de l'emploi des personnes en situation de handicap. Sephora a conclu une convention en propre avec l'AGEFIPH en 2017. Les Maisons Hennessy, Christian Dior Couture et Parfums Christian Dior sont, quant à elles, sous accords agréés.

LVMH a lancé en 2014 le dispositif « EXCELLhanCE » permettant à des personnes en situation de handicap d'obtenir à la fois un diplôme, une expérience significative dans les Maisons et sociétés du Groupe et l'acquisition de savoir-faire spécifiques à l'univers du luxe. Ce dispositif s'appuie sur des formations en alternance d'une durée de 12 à 24 mois dans trois métiers : la vente, la logistique et la gestion des Ressources humaines.

La sélection des candidats est réalisée selon le processus « Handi-Talents » basé sur des mises en situations professionnelles permettant une identification objective des aptitudes et des compétences de chacun. La troisième promotion d'EXCELLhanCE a été lancée à l'automne 2018. En partenariat avec six Maisons, elle a permis l'intégration en contrat de professionnalisation de douze personnes en situation de handicap, pour la plupart en reconversion professionnelle, dans les métiers de conseiller de vente, gestionnaire de stock et assistant en ressources humaines. Depuis son lancement, cinquante personnes ont pu bénéficier de ce dispositif et trente-cinq personnes sont toujours en contrat de professionnalisation ou ont connu une issue positive en emploi ou en formation (dont vingt-quatre dans le Groupe).

Au niveau mondial, 1,0% de salariés en situation de handicap travaillent au sein du Groupe. En France, fin 2019 le taux d'emploi de personnes en situation de handicap était estimé à 4,2% en normes officielles (addition du taux d'emploi direct et indirect).

3. Un environnement de travail épanouissant

Le Groupe cherche à créer les conditions permettant à l'ensemble de ses collaborateurs de s'épanouir dans le cadre de leurs fonctions, et de développer tout leur potentiel. L'atteinte de cet objectif repose d'une part sur la qualité de l'accompagnement

proposé à chacun dans son parcours professionnel, d'autre part sur la mise en œuvre de bonnes pratiques en matière de santé et sécurité, et sur la structuration du dialogue social.

3.1 APPRENDRE ET SE DÉVELOPPER : DES ÉLÉMENTS ESSENTIELS POUR VALORISER LES SINGULARITÉS ET LE POTENTIEL DE CHACUN

Le Groupe mène une politique de Ressources humaines qui permet de faire s'exprimer les personnalités et compétences de ses collaborateurs. En développant les talents – priorité commune aux dirigeants, managers et équipes des Ressources humaines du Groupe – le Groupe cultive sa richesse et contribue à l'épanouissement de ses collaborateurs. Il leur offre, en fonction de leurs aspirations, des opportunités de développement et d'apprentissage concrètes : parcours de carrière individualisé, participation à des projets d'intrapreneuriats ainsi qu'à des projets transverses. DARE est une bonne illustration de cet esprit : cela permet aux talents de vivre une expérience d'open innovation et d'intrepreneuriat, d'être exposés à des dirigeants du groupe LVMH, et d'apprendre dans l'action de nouvelles façons de travailler. Ainsi, les collaborateurs du Groupe capitalisent sur leur singularité et l'amplifient.

Si le collaborateur est le premier acteur de son développement et de sa carrière, les managers et les équipes des Ressources humaines sont pleinement engagés dans l'accompagnement et le développement des talents du Groupe. Les temps d'échanges dédiés à la carrière permettent aux collaborateurs d'exprimer leurs aspirations et de réfléchir avec leur manager et leur référent RH aux actions à mettre en œuvre pour les réaliser. Enfin, pour rendre concret et faciliter les projets de mobilité des collaborateurs, les équipes des Ressources humaines diffusent les postes à pourvoir au sein du Groupe sur une plateforme digitale interne et organisent mensuellement des comités carrière.

Au-delà des nombreuses actions de learning des Maisons, le Groupe propose, via ses équipes LVMH House, à tous les executives et managers – des plus juniors entrant dans un rôle de manager aux plus seniors comme les membres du Comité exécutif – des initiatives de learning et de développement dans quatre domaines différents :

- **La compréhension et la promotion de la culture d'entreprise**

Convaincu qu'une bonne compréhension de la culture d'entreprise est un gage de performance, le Groupe veille à accompagner ses nouveaux collaborateurs dans leur prise de fonctions en leur offrant, à travers des séminaires d'intégration, la possibilité de découvrir les valeurs, les principes fondamentaux de management ainsi que l'histoire et le positionnement de ses Maisons.

- **Le management et le leadership**

Au travers de tout un continuum de programmes s'adressant aussi bien aux jeunes managers/leaders (par exemple sur les fondamentaux) qu'avec des initiatives plus élaborées à destination de cadres expérimentés ou de hauts potentiels ou encore de

dirigeants, la LVMH House propose des opportunités dans ces domaines où les notions de respect et d'inclusion ou celles d'intelligence collective et de collaboration sont considérées comme essentielles pour la réussite.

- **Le développement de la « Business Excellence » dans des métiers aussi stratégique que la désirabilité des marques du Groupe, le Retail, la Supply Chain et les Opérations.**

- **L'Open Innovation**

Des initiatives aujourd'hui reconnues en interne et en externe, comme DARE ou la Maison des Startups LVMH (à Station F) sont des exemples parlants de ce qui peut être fait en termes de pipeline d'innovation, d'ouverture sur l'extérieur, d'intrapreneuriat tout étant impactant en termes de learning et de développement des participants. Les nouvelles actions d'accompagnement à l'incubation (telle l'innovation « Le digital Damier » présentée lors du défilé de la collection Croisière en mai 2019 par la Maison Louis Vuitton à New York ou encore l'application Shero proposée à tous les salariés ayant pour objectif la promotion de la diversité femme/homme au sein des Maisons du Groupe) mises en place en 2019 sont un nouveau témoignage de la volonté d'être toujours au plus près d'apprenants, que ce soit à un niveau individuel ou dans le cadre d'expériences d'intelligence collective.

L'ouverture de deux nouvelles « LVMH House » à Tokyo puis à New York (après celle créée originellement à Londres en 2000 et celle de Singapour) montrent l'investissement du Groupe dans des lieux ouverts où l'on apprend les uns des autres en construisant sur la richesse du Groupe en termes de diversité de contextes économiques, cultures, nationaux, etc.

Les actions de réorganisation et de développement de synergies pédagogiques des entités learning et développement du Groupe dans le monde, sous l'ombrelle LVMH House, permettent, par une meilleure visibilité et par la proposition de nouveaux programmes, d'être plus efficace en termes d'accessibilité, d'impact de message tout en se positionnant de manière complémentaire à l'offre learning solide et reconnue qui est proposée par chacune des Maisons.

Ces actions LVMH House témoignent de la volonté du Groupe de s'inscrire dans une valorisation constante de la diversité des profils des employés, que ce soit au travers de programmes tels que EllesVMH Coaching, qui vise à favoriser le développement professionnel des femmes, ou encore via le contenu et la pédagogie des programmes de Management et Leadership qui revendiquent à la fois de travailler sur l'unicité des participants aussi bien que sur l'intelligence collective des groupes apprenants ou des communautés.



Faire des collaborateurs les acteurs de leur mobilité et développement professionnels

Le Groupe encourage ses collaborateurs à être acteurs de leur mobilité et de leur développement professionnel. En étroite collaboration avec leur direction des Ressources humaines, les managers participent activement au plan de développement des compétences et à la gestion des parcours de carrière de leurs équipes.

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

(% de femmes)	Recrutements			Effectifs Groupe		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	45	45	43	38	38	37
Mode et Maroquinerie	65	66	65	67	69	68
Parfums et Cosmétiques	85	86	85	83	83	83
Montres et Joaillerie	60	58	60	59	59	59
Distribution sélective	83	83	83	83	83	83
Autres activités	42	33	34	37	35	35
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	65	65	65	65	65	65
Techniciens – Responsables d'équipes	68	67	71	68	68	68
Employés administratifs – Personnel de vente	79	80	81	80	81	81
Personnel de production	61	57	47	59	58	55
Répartition par zone géographique						
France	66	63	62	64	64	64
Europe (hors France)	74	76	75	72	74	73
États-Unis	79	80	78	78	79	79
Japon	73	69	71	73	74	75
Asie (hors Japon)	75	76	77	77	77	76
Autres marchés	79	79	81	73	73	73
TOTAL	75	75	75	73	73	73

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

Investissement formation

Au global, l'investissement formation réalisé en 2019 par les sociétés du Groupe a représenté un montant de 138 millions d'euros, soit 2,1 % de la masse salariale. Une grande partie de la formation s'effectue également au quotidien, sur le lieu de travail, et n'est pas comptabilisée dans les indicateurs présentés ci-dessous :

	2019	2018	2017
Investissement formation (<i>en millions d'euros</i>)	138,0	131,0	121,5
Part de la masse salariale (<i>en %</i>)	2,1	2,3	2,1
Nombre moyen de jours de formation par salarié	1,9	2,0	2,0
Coût moyen de la formation par salarié (<i>en euros</i>)	930,0	943,0	832,0
Salariés formés au cours de l'année (<i>en %</i>)	57,5	58,9	56,6

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total CDI présent au 31 décembre pour les exercices 2019 et 2018.

Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présent au cours de l'exercice 2017, à l'exception du taux de salariés formés au cours de l'année qui est calculé sur l'effectif CDI présent au 31 décembre 2017.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein se situe à environ 930 euros. Au cours de l'année 2019 le nombre total de jours de formation s'élève à 283 630 jours, soit un équivalent d'environ 1 233 personnes en formation à temps complet sur toute l'année. 57,5 % des salariés ont eu accès à la formation en 2019 et le nombre moyen de jours de formation par personne est de 1,9 jour.

L'investissement formation est réparti entre les catégories professionnelles et les zones géographiques selon le tableau ci-dessous :

	France	Europe (hors France)	États- Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Investissement formation (<i>en millions d'euros</i>)	42,6	30,5	14,7	5,9	36,9	7,1
Part de la masse salariale (<i>en %</i>)	2,6	2,1	1,0	1,7	2,8	2,0
Salariés formés au cours de l'année (<i>en %</i>)	50,1	56,7	51,9	59,5	68,1	57,4
Dont :						
Cadres	52,5	71,7	55,9	71,2	64,2	50,7
Techniciens et Responsables d'équipe	67,1	69,5	49,3	57,5	64,8	66,7
Employés administratifs et Personnel de vente	48,0	58,1	52,5	57,3	70,4	57,4
Personnel de production	37,7	37,9	40,2	9,1	33,6	65,1

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total CDI présent au 31 décembre de l'exercice.

3.2 VEILLER À LA SANTÉ ET À LA SÉCURITÉ DE TOUS AU TRAVAIL ET FAVORISER LE DIALOGUE SOCIAL

Offrir un environnement de travail de qualité à tous ses collaborateurs est un souci constant pour le Groupe, qui veille à assurer leur santé, leur sécurité, à adapter les postes de travail – en particulier s'agissant des collaborateurs seniors ou en situation de handicap – et à favoriser un dialogue social constructif.

Garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs

Le Groupe veille à la santé et à la sécurité de ses collaborateurs, s'assure que l'ensemble de ses activités respecte les législations et réglementations sanitaires en vigueur dans tous les pays dans lesquels il opère et s'attache à mettre en œuvre les meilleures pratiques relatives à la sécurité sur le lieu de travail.

Compte-tenu de la diversité des situations rencontrées au sein des groupes d'activités, les Maisons sont responsables du déploiement des démarches santé-sécurité sur leur périmètre. Les actions visant à garantir des conditions d'hygiène et de sécurité au travail adaptées ainsi qu'à prévenir les accidents prennent des formes diverses dans le cadre d'un programme global d'investissement, de certification et de formation.

Ainsi, en 2019, plus de 38,4 millions d'euros ont été investis dans le Groupe au titre de l'hygiène et de la sécurité. Ces sommes intègrent les dépenses de médecine du travail, les équipements de protection et les programmes d'amélioration de la sécurité des personnes et de l'hygiène : mise en conformité des nouveaux équipements, signalisations, renouvellement des outils de protection, formation prévention incendie, réduction de l'impact



du bruit. Plus généralement, le montant global des dépenses et investissements relatifs aux conditions de travail s'élève à plus de 129,1 millions d'euros soit 2 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Les actions de sensibilisation et de formation à la sécurité au travail et à la prévention des risques se développent. Ainsi, en 2019, 49 095 personnes ont suivi une formation sur ces thématiques dans les sociétés du Groupe dans le monde.

Des diagnostics santé, sécurité et ergonomie sont régulièrement conduits sur les sites de production, les ateliers et les vignobles ainsi que dans les boutiques et sièges. Ils permettent de mettre en place des plans d'actions structurés répondant aux besoins identifiés.

Des dispositifs pour améliorer l'ergonomie des postes de travail sont déployés et les postes sont aménagés pour répondre aux besoins des salariés. Le Groupe porte une attention particulière aux conditions de travail des collaborateurs âgés de plus de 50 ans, ou en situation de handicap, afin de permettre à chacun de poursuivre son activité professionnelle dans de bonnes conditions.

Cela se traduit par la mise en place de dispositifs améliorant l'ergonomie des postes de travail, et prévenant la pénibilité, orientés en particulier vers les postes les plus exposés à des contraintes physiques ou psychiques dans les ateliers et sur les sites de production.

En fin de carrière, les Maisons proposent aux salariés seniors des entretiens de dernière partie de carrière, des formations spécifiques, des aménagements voire un suivi médical particulier et un accompagnement à la retraite.

S'agissant des collaborateurs déclarant une situation de handicap, les Maisons proposent des solutions de maintien dans l'emploi au cas par cas, via des aménagements de poste ou un accompagnement vers un changement d'activité. Pour favoriser le reclassement de collaborateurs, Moët & Chandon a créé en mars 2011 l'entreprise adaptée MHEA. Entreprise à part entière employant 100 % de travailleurs handicapés, MHEA permet d'accueillir dans les meilleures conditions des salariés ayant été touchés par le handicap, en maintenant leurs conditions de rémunération. Depuis sa création, MHEA a permis à 50 personnes de travailler en CDD ou en CDI et à une dizaine d'entre elles d'intégrer une des Maisons de champagne du Groupe en CDI.

La répartition des accidents de travail avec arrêt, par groupe d'activités et par zone géographique, est la suivante :

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence ^{(a)(b)}	Taux de gravité ^{(b)(c)}
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	110	8,32	0,20
Mode et Maroquinerie	404	4,49	0,12
Parfums et Cosmétiques	198	3,82	0,14
Montres et Joaillerie	67	4,06	0,04
Distribution sélective	630	6,64	0,16
Autres activités	123	17,51	1,09
Répartition par zone géographique			
France	719	14,97	0,51
Europe (hors France)	341	5,17	0,09
États-Unis	193	4,04	0,18
Japon	10	0,81	0,01
Asie (hors Japon)	186	2,43	0,04
Autres marchés	83	3,65	0,09
Groupe : 2019	1 532	5,60	0,16
2018	1 416	5,55	0,16
2017	1 232	5,16	0,16

(a) Le Taux de fréquence est égal au nombre d'accidents avec arrêt, multiplié par 1 000 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées.

(b) Le calcul des heures travaillées est basé pour la France sur des données réelles et pour les autres pays sur le nombre d'ETP présents au sein du Groupe au 31 décembre de l'exercice et un ratio d'heures travaillées par ETP et par pays issu des bases de l'OCDE.

(c) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées.

Le taux global d'absentéisme au sein du Groupe, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, se situe à 5,2 %. Il est en hausse par rapport à l'année précédente (4,9%).

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

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

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

Favoriser le dialogue social

L'épanouissement des collaborateurs au sein du Groupe passe également par l'action des représentants du personnel, qui relaient les attentes de leurs collègues à différents niveaux de l'organisation. Un Comité de Groupe a été instauré chez LVMH en 1985. Cette instance représentative du personnel, composée actuellement de 30 membres dont le mandat a été renouvelé en 2018, couvre le périmètre national et se réunit annuellement en session plénière. Les élus sont informés et dialoguent avec les Présidents de toutes les branches d'activités de LVMH sur les orientations stratégiques, les enjeux économiques et financiers, l'évolution de l'emploi au sein du Groupe et les perspectives envisagées.

Au niveau européen, a été créé le Comité des Sociétés européennes, instance représentative du personnel composée de 28 membres issus des 22 pays européens où le Groupe est présent et dont les règles ont été arrêtées par un accord signé à l'unanimité le

7 juillet 2014 par des représentants du personnel originaires de ces 22 pays et par la direction du Groupe. Pour l'année 2019, le Comité commun des Sociétés européennes nouvellement renouvelé s'est réuni le 6 juin lors d'une réunion plénière.

Le Comité commun des Sociétés européennes est en charge des sujets transnationaux à l'échelle européenne. Cette instance vient donc, avec le Comité de Groupe LVMH, compléter le dispositif de représentation du personnel des Maisons qui, conformément à la culture de décentralisation du Groupe, traitent de l'essentiel des aspects sociaux.

En France, les sociétés du Groupe sont désormais dotées de Comités sociaux et économiques en application de l'une des ordonnances du 22 septembre 2017. Il s'agit de l'instance de représentation du personnel qui fusionne les Délégués du personnel, le Comité d'entreprise et le Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail ou remplace la Délégation unique du personnel lorsqu'elle existait. Ses attributions dépendent des effectifs de l'entreprise.

Au cours de l'année 2019, les représentants du personnel ont participé à 1 599 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'entreprise	650
Délégués du personnel	367
Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail	253
Autres	329
TOTAL	1 599

Ces réunions ont notamment permis la signature de 180 accords d'entreprise.

Au niveau mondial, 16 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 47 % travaillent en équipe ou en horaires alternants.

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

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	16	27	21	1	21	9	15
Temps partiel	17	12	19	35	4	5	21
Travail en équipe ou en horaires alternants	47	14	31	78	79	66	49

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

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

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif France	Cadres	Techniciens	Employés	Personnel de production
			Responsables d'équipes	administratifs Personnel de vente	
Horaires variables ou aménagés	27	16	61	48	2
Temps partiel	12	2	6	18	22
Travail en équipe ou en horaires alternants	14	0	14	12	34
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	12	2	26	19	11

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

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 118 millions d'euros, soit en moyenne 1,8 % de la masse salariale mondiale.

Taux d'heures supplémentaires par région

(en % de la masse salariale)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Heures supplémentaires	1,8	1,6	1,8	1,6	4,7	1,8	1,0

L'équilibre vie professionnelle – vie privée est l'une des autres composantes essentielles de la qualité de vie au travail sur laquelle s'appuient les Maisons du Groupe. Les dispositifs de conciergerie d'entreprise ou de mise à disposition de places en crèche sont de plus en plus répandus dans le Groupe.

Au total, en France en 2019, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 26,5 millions d'euros, soit 1,6 % de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles par leur contribution aux Comités d'entreprise.

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

7. SOLIDARITÉ ET MÉCÉNAT

1. Impact et implication sociale territoriale	102
1.1 Soutenir l'emploi, l'entrepreneuriat et le développement régional	102
1.2 Accompagner l'insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées de l'emploi	102
1.3 Faciliter l'insertion des personnes en situation de handicap	103
2. Un engagement solidaire au soutien de causes humanitaires et sociales	103
2.1 Favoriser l'accès à l'éducation des jeunes	103
2.2 Aider les populations fragilisées	104
3. Une action de mécénat au service de la culture et de la création	105
3.1 Culture, patrimoine et création contemporaine	105
3.2 Initiatives en faveur de l'éducation artistique	106
3.3 Solidarité envers la recherche médicale et certaines causes sociales	106



L'ambition du Groupe en matière de responsabilité sociale et sociétale repose sur un principe fort de respect de la personne, de sa singularité, et sur un engagement à faire de l'excellence un levier d'insertion sociale et professionnelle.

Cette politique est menée par l'intermédiaire de LVMH et de ses Maisons qui réunissent toutes les activités opérationnelles du Groupe, et mobilisent ressources et compétences au service d'initiatives d'intérêt général, en solidarité avec les territoires sur lesquels ils sont implantés, avec la volonté de démultiplier l'impact social positif de leurs activités.

Le Groupe entreprend de nombreuses initiatives dans les domaines de l'éducation et de la jeunesse, de la culture et de la création artistique – la démarche du Groupe traduisant également son

attachement au patrimoine historique et artistique, ainsi qu'en faveur des grandes causes humanitaires et sociales. Dans le domaine de l'éducation et de la jeunesse, le Groupe mène des initiatives pour, notamment, faciliter l'accès de tous à la richesse du patrimoine culturel mondial et favoriser l'émergence des talents de demain. Ces engagements s'inscrivent dans la durée et se traduisent par des contributions concrètes pour la société. Les Maisons déploient leurs propres engagements en fonction de leurs enjeux et contextes, le Groupe assurant une coordination et une impulsion d'ensemble.

Le Groupe conduit, au bénéfice du plus grand nombre, une activité de mécénat novateur dont les différents axes reflètent et transmettent les valeurs culturelles qui rassemblent les Maisons et fondent leur succès.

1. Impact et implication sociale territoriale

Le Groupe met ses valeurs au service de la société pour garantir à la fois la bonne insertion de ses Maisons et de leurs activités dans leurs tissus local et national, mais également pour susciter des retombées locales positives.

1.1 SOUTENIR L'EMPLOI, L'ENTREPRENARIAT ET LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Le Groupe concourt au dynamisme économique et social des territoires dans lesquels il est présent – directement dans ses propres sites comme indirectement chez ses partenaires, au travers de ses initiatives, de sa contribution aux recettes publiques des pays et régions dans lesquels il exerce ses activités, et grâce à la croissance soutenue de ses Maisons. Celles-ci créent de nombreux emplois dans les régions où elles sont présentes, et notamment dans le cadre de l'extension du réseau des boutiques en propre.

De nombreuses sociétés du Groupe sont implantées historiquement dans les provinces françaises et sont des acteurs importants du développement de l'emploi dans leurs régions respectives : Parfums Christian Dior à Saint-Jean-de-Braye, près d'Orléans, Guerlain à Chartres, Veuve Clicquot et Moët & Chandon en Champagne, Hennessy à Cognac, Louis Vuitton dans la Drôme.

Elles ont développé des politiques de relation et de communication avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines de la culture, de l'éducation et de l'emploi.

Le Groupe est mobilisé de longue date en faveur de l'entrepreneuriat. Dans l'optique de lier open innovation, business development et nouvelles façons d'apprendre, LVMH a lancé début 2018 « La Maison des Startups », un programme d'accélération de startups liées à l'univers du luxe, au sein du plus grand incubateur de start-ups au monde, la Station F. La Maison des Startups constitue pour ces entrepreneurs un formidable point d'entrée vers les Maisons du Groupe. Elle affirme la vocation entrepreneuriale du Groupe en offrant à ces entrepreneurs l'opportunité d'imaginer le futur du luxe et du Groupe en collaboration avec différents acteurs au sein d'un écosystème innovant.

1.2 ACCOMPAGNER L'INSERTION SOCIALE ET PROFESSIONNELLE DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

Acteurs économiques majeurs dans plusieurs bassins d'emploi, le Groupe et ses Maisons sont attentifs aux spécificités sociales régionales et ont développé des partenariats avec des associations ou des ONG afin d'accompagner l'insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées de l'emploi.

En France, le Groupe a noué un partenariat durable avec l'association « Nos Quartiers ont des Talents » dont il est membre du Conseil d'administration. L'association propose à des jeunes diplômés issus d'univers sociaux défavorisés d'être parrainés par un cadre du Groupe en activité. En 2019, 67 cadres expérimentés ont parrainé des jeunes et à fin 2019, 51 sont toujours en cours

de suivi. Depuis 2007, 630 jeunes ont trouvé un emploi après avoir été parrainés par un collaborateur du Groupe.

Pour accélérer l'accès à l'emploi, LVMH a créé et anime des sessions « Job coaching ». Ces sessions de coaching emploi font intervenir des recruteurs des Maisons du Groupe et des conseillers beauté Make Up For Ever et Sephora. L'objectif est de donner toute la ressource nécessaire aux chercheurs d'emploi pour se préparer au mieux à l'entretien de recrutement et développer leur confiance en soi. Le dispositif s'adresse aux populations minorées dans l'emploi accompagnées par les partenaires du Groupe œuvrant dans le domaine de l'éducation, du handicap ou de l'insertion.

1.3 FACILITER L'INSERTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Le soutien à l'insertion professionnelle et l'emploi des personnes en situation de handicap est à l'origine de la démarche de responsabilité sociale du Groupe. Elle y garde une place prépondérante et agit en révélateur des valeurs portées par le Groupe : respect de la singularité de chacun et même exigence appliquée à tous.

LVMH travaille avec des structures qui accompagnent les jeunes en formation en situation de handicap et des structures d'insertion sociale et professionnelle.

En France, le Groupe a co-fondé l'association ARPEJEH (Accompagner la Réalisation des Projets d'Études de Jeunes Élèves et Étudiants Handicapés), structure rassemblant une soixantaine d'entreprises autour de la formation des plus jeunes handicapés. Des collaborateurs s'y impliquent et 21 jeunes ont bénéficié de l'implication de LVMH dans le dispositif en 2019.

Les Maisons sont aussi actives à l'international. Par exemple, Parfums Christian Dior a noué au Japon un partenariat avec l'agence spécialisée Startline et recruté une équipe de sept collaborateurs en situation de handicap mental dont le rôle est de cultiver des plantes au sein de la serre d'Ibuki. Le rythme, les

missions et les conditions de travail sont adaptés à chacun d'entre eux. L'équipe est encadrée par un collaborateur expérimenté de Startline, en relation étroite avec l'équipe des Ressources humaines de Parfums Christian Dior au Japon. Au-delà de permettre à certaines personnes en situation de handicap d'entrer dans la vie active, cette initiative joue également le rôle de tremplin pour celles et ceux qui auraient la capacité d'évoluer professionnellement et de travailler à long terme dans les bureaux de Parfums Christian Dior.

Le Groupe incite aussi ses Maisons à développer leurs relations avec le secteur protégé et adapté. Ce secteur permet à une personne connaissant une situation de handicap lourd, définitive ou passagère, d'exercer une activité dans un milieu adapté à son handicap. Les prestations confiées au secteur protégé et adapté ont représenté 8,8 millions d'euros en 2019, en progression de 6 % par rapport à 2018. Ce volume d'achat représente 440 emplois en équivalent temps plein. Pour en faire la promotion, le Groupe organise le Salon Handicap, Emploi et Achats responsables ouvert au grand public. Avec 4 500 visiteurs, la quatrième édition de ce salon a confirmé son succès.

2. Un engagement solidaire au soutien de causes humanitaires et sociales

Le Groupe incite ses Maisons à soutenir des causes qui lui sont chères, notamment l'accès à l'éducation des jeunes et l'aide aux populations fragilisées.

2.1 FAVORISER L'ACCÈS À L'ÉDUCATION DES JEUNES

L'excellence qui explique le succès des Maisons est mise au service de l'accès des jeunes à l'éducation. À cet effet, les Maisons tissent à la suite du Groupe de nombreux partenariats avec les écoles à proximité de leurs sites ou plus lointaines.

Dans le but de favoriser l'égalité des chances en matière d'accès et de suivi d'une formation d'excellence dans l'éducation supérieure, LVMH soutient l'opération « Conventions d'éducation prioritaire » de l'Institut d'Études Politiques (Sciences Po Paris) en accordant des bourses d'étude et en permettant à des jeunes issus de cette filière d'être parrainés par des managers du Groupe. En 2019, LVMH a reconduit son engagement pour deux ans, consistant en un soutien financier et le mentorat d'une dizaine d'étudiants par des managers du Groupe.

LVMH a noué un partenariat avec les villes de Clichy-sous-Bois et de Montfermeil, villes limitrophes aux populations jeunes et cosmopolites situées en banlieue parisienne. Porté par une ambition commune d'excellence, ce partenariat contribue à faciliter l'insertion de jeunes issus de quartiers défavorisés et la cohésion sociale. Toute une palette d'actions est déployée au profit des jeunes : stages « découverte de l'entreprise » offerts à cent vingt collégiens en 2019, visites des Maisons du Groupe,

accueil en stage des élèves du lycée professionnel et soutien à la recherche d'emploi.

Le salon national présentant les offres de poste en alternance de l'Institut des Métiers d'Excellence s'y est également déroulé une nouvelle fois, le 15 janvier, attirant plus de 600 visiteurs. Le Groupe y parraine aussi le « Défilé Cultures et création » qui met en exergue les talents créatifs du territoire. Il forme les jeunes en amont dans le cadre de master classes et organise des rencontres avec les créateurs et artisans. Le Groupe décerne un trophée « Jeune talent » lors du défilé qui donne la possibilité à de jeunes passionnés par la création mais éloignés de l'univers de la mode, de se faire reconnaître. La lauréate 2019, Tëena Franchi, a pu exposer ses créations au Neonyt, salon dédié à la mode éco-responsable qui s'est déroulé à Berlin du 2 au 4 juillet, et réaliser une période de stage chez Christian Dior, tandis que la lauréate de l'an passé se forme chez Loewe. Depuis le début du programme, plusieurs jeunes ont pu ainsi intégrer les Maisons du Groupe pour une formation longue en alternance à l'École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne. En 2016, la lauréate 2013 a été embauchée à l'atelier haute couture de la Maison Christian Dior.



2.2 AIDER LES POPULATIONS FRAGILISÉES

Le Groupe et ses Maisons se montrent attentifs aux populations défavorisées présentes dans les territoires dans lesquels ils opèrent. Leur soutien peut se manifester par l'implication de leurs salariés auprès de ces populations, par le don de produits ainsi que par des dons financiers. Des initiatives majeures voient ainsi le jour.

En janvier 2016, Louis Vuitton a lancé un partenariat international avec le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (Unicef). Il a permis fin 2019 de récolter 9 millions d'euros depuis son lancement, au profit des enfants en situation d'urgence, notamment dans les camps de réfugiés syriens au Liban et dans les camps de réfugiés Rohingyas au Bangladesh. En 2019, une course solidaire a été organisée pour associer plus encore les collaborateurs au partenariat avec l'Unicef et a permis de lever 150 000 euros. Une fois par an, des salariés-reporters volontaires accompagnent l'Unicef dans des camps de réfugiés pour voir comment les choses se passent et partagent leur ressenti et leur vécu.

L'année 2019 a marqué des avancées significatives pour le programme RSE « Sephora Stands », développé sur le continent américain, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie. Cette initiative a pour objectif de générer des impacts positifs sur le plan social et environnemental, pour les collaborateurs de Sephora, les communautés et la planète, dans les domaines suivants :

- **Solidarité et Inclusion** : dans le monde, Sephora a noué des liens avec plus de 500 ONG locales en les soutenant financièrement, en impliquant ses collaborateurs à travers le bénévolat et en mobilisant les clients pour un arrondi en caisse ou l'achat de produits solidaires. En 2019 plus de 4 millions d'euros ont été levés pour soutenir l'inclusion, favoriser l'éducation de femmes ou aider les populations défavorisées. Une avancée a aussi été marquée sur le terrain du handicap. Aux États-Unis, grâce au partenariat de Sephora avec un centre logistique spécialisé, plus de 120 personnes en situation de handicap ont pu trouver un emploi. Des ventes de produits de partage, dont les bénéfices sont reversés aux associations partenaires, se sont renforcées. Par exemple, en Europe, la plupart des pays proposent des produits solidaires à l'occasion de la Journée internationale des droits des Femmes et en période de Noël.
- **Émancipation des femmes** : même dans l'industrie de la beauté, les femmes entrepreneuses sont sous-représentées. Aussi Sephora a lancé « Sephora Accelerate » en 2016 pour soutenir des femmes ayant créé leurs startups, dans tous les domaines du secteur de la beauté et dans différents pays du monde. En 2019 et pour sa 4^e édition, l'objectif de soutenir 50 entrepreneuses a été atteint. De plus, 100 % des entreprises soutenues ont pu lancer avec succès leur activité. Comme chaque année, douze finalistes des pays ont pu profiter d'un programme de mentoring avec les meilleurs experts de Sephora et d'une semaine de coaching à San Francisco où elles ont pu rencontrer des investisseurs potentiels. En Arabie Saoudite, pour la deuxième année consécutive, Sephora est partenaire du Salon dédié à l'emploi féminin Glowork, accompagnant les femmes avec des ateliers CV et des simulations d'entretiens.

- **Développer la confiance en soi** : avec « Classes for confidence », Sephora offre à la fois une formation de mise en beauté et un coaching pour permettre à celles qui traversent des changements de vie majeurs de mieux se présenter et de reprendre confiance en elles. Au total plus de 800 classes ont été dispensées en 2019 au profit de personnes touchées par le cancer, de personnes éloignées de l'emploi et d'une communauté transgenre. Les classes ont démarré aux États-Unis et se renforcent en Europe dans sept pays (France, Russie, Pologne, Espagne, Italie, Grèce et Portugal) ainsi qu'aux Émirats Arabes Unis. Depuis son lancement et avec les nouveaux supports disponibles en ligne, le programme a déjà pu toucher plus de 70 000 personnes.

Dès 2009, Bvlgari a décidé de s'impliquer aux côtés de Save the Children. La Maison a ainsi reversé plus de 90 millions de dollars US depuis cette date pour deux millions d'enfants bénéficiaires. Quatre grands domaines d'intervention sont concernés : l'éducation, l'autonomisation des jeunes, l'urgence et la lutte contre la pauvreté. Plus de 114 projets ont été mis en œuvre dans 34 pays à travers le monde. Le partenariat s'appuie sur trois cents célébrités le soutenant. Bvlgari y associe ses salariés : plus de quatre cents employés ont visité les projets Save the Children sur le terrain et plus de six cents ont participé à des sensibilisations et des ateliers interactifs pour en savoir plus sur Save the Children.

LVMH apporte également son soutien au Secours populaire pour aider les femmes en situation de précarité. Le partenariat entre le Groupe et l'association a déjà permis d'organiser la première édition de l'opération « Une Journée pour Soi ». Dans six villes de France, quatre cents femmes accompagnées par le Secours populaire avaient pu bénéficier au printemps 2019 d'une journée spéciale destinée à les sortir d'un quotidien difficile pour retrouver une part de confiance en elles et leur permettre d'aller de l'avant.

Tous ces partenariats et l'ensemble de ces actions sont célébrés lors du Dîner des Maisons engagées. Réunies chaque année depuis 2013 par LVMH sous la présidence de Chantal Gaemperle, directrice des Ressources humaines et synergies de LVMH, et en présence d'Antonio Belloni, Directeur général délégué de LVMH, les Maisons y célèbrent l'engagement social et sociétal du Groupe. À l'initiative des Ressources humaines, cet événement rassemble les parties prenantes de la responsabilité sociale de LVMH, relais internes et partenaires externes des Maisons et du Groupe. Il a réuni le 11 décembre 2019 près de quatre cents personnes au Palais Brongniart dont six membres du Comité exécutif et 17 présidents de Maison ainsi que de nombreux partenaires, leaders d'opinion et dirigeants d'ONG ou d'associations.

LVMH soutient à cette occasion le centre de référence de la drépanocytose de l'hôpital Robert Debré à Paris auquel 1 100 000 euros ont été reversés depuis 2011 pour améliorer le suivi des patients et poursuivre les travaux de recherche. LVMH soutient également financièrement chaque année une cause « coup de cœur ». C'est le Secours populaire qui a été retenu en 2019.

3. Une action de mécénat au service de la culture et de la création

Depuis plus de vingt ans, le Groupe a entrepris un mécénat original, exprimant les valeurs artistiques et de solidarité communes à toutes ses Maisons, tout en respectant le territoire de communication et d'image qui leur est propre.

3.1 CULTURE, PATRIMOINE ET CRÉATION CONTEMPORAINE

3.1.1 Restauration et enrichissement du patrimoine historique

Pour le patrimoine français et mondial, l'année 2019 aura d'abord été marquée par l'incendie qui a ravagé au printemps Notre-Dame de Paris. LVMH, par la volonté de son Président, M. Bernard Arnault, y a répondu avec force en offrant à la collectivité nationale un don de 100 millions d'euros afin de prendre part au plan de sauvetage du monument et de rendre irréversible le long processus qui conduira à sa renaissance.

3.1.2 Engagements en faveur de la culture et de sa diffusion

Puis, à l'automne, LVMH s'est de nouveau associé à l'ensemble de la communauté nationale en contribuant à l'installation, dans les jardins des Champs-Élysées, de Bouquet of Tulips, création monumentale offerte par l'artiste Jeff Koons en hommage aux victimes des attentats de 2015-2016. LVMH a ainsi souhaité marquer son attachement aux valeurs culturelles et à la vocation universelle de la France et de Paris, en permettant aux parisiens et aux visiteurs du monde entier de se réunir dans un même esprit de liberté autour d'une œuvre témoignant des liens indéfectibles d'amitié et de solidarité entre la France et les États-Unis.

Par ailleurs, LVMH a poursuivi en 2019 son engagement en faveur de l'art, de la culture, du patrimoine et de la création contemporaine. Fidèle mécène de Nuit Blanche depuis plus de onze ans, LVMH s'est engagé à nouveau en 2019 auprès de la Ville de Paris pour le soutien à la scène artistique française et internationale et pour la rencontre, au cœur de Paris, du plus large public avec les artistes de notre époque. LVMH a également poursuivi son soutien à l'Institut Giacometti et au développement de son programme scientifique et culturel.

3.1.3 LVMH Prize

En 2019, s'est tenue la sixième édition du LVMH Prize for Young Fashion Designer. Le créateur sud-africain Thebe Magugu s'est vu remettre, à la Fondation Louis Vuitton, par l'actrice suédoise Alicia Vikander, le trophée du Prix accompagné d'une bourse de 300 000 euros et d'un mentorat d'une année assuré par une équipe dédiée. Le Prix spécial, désormais nommé Prix Karl Lagerfeld, a été remis à Hed Mayner. Il recevra 150 000 euros et bénéficiera également d'une année de mentorat par LVMH. Depuis sa première édition en 2014, le Prix LVMH a reçu plus de 6 500 candidatures venues de tous horizons. Le Prix du

Jeune Créateur a récompensé le Canadien Thomas Tait (2014), les Portugais Marta Marques et Paulo Almeida (2015), l'Anglaise Grace Wales Bonner (2016), la Française Marine Serre (2017), le Japonais Masayuki Ino (2018).

3.1.4 La Fondation Louis Vuitton

Depuis son ouverture, en 2014, la Fondation Louis Vuitton (voir note (1) page suivante) poursuit son déploiement parmi les institutions majeures de la scène artistique internationale et rencontre un très large succès auprès du public français et international. L'année 2019 à la Fondation Louis Vuitton a été placée sous le signe de l'engagement artistique à travers l'évocation de deux grandes figures de la modernité au XX^e siècle : Samuel Courtauld et Charlotte Perriand. Cette programmation novatrice, croisant les disciplines et les époques, a attiré plus d'un million de visiteurs à la Fondation Louis Vuitton.

D'abord, au premier semestre, l'exposition « Samuel Courtauld. Le parti de l'Impressionnisme » a rendu hommage à l'exigence et à l'acuité du regard de l'industriel anglais Samuel Courtauld (1876-1947) qui constitua l'une des collections les plus significatives de peintres impressionnistes. Pour l'occasion, la présentation à la Fondation Louis Vuitton de quelques cent dix œuvres, réunies pour la première fois à Paris depuis soixante ans, a permis à près de 500 000 visiteurs de redécouvrir des chefs-d'œuvre majeurs de l'histoire de l'art tels que le *Bar aux Folies-Bergère* de Manet (1882), *Nevermore* de Gauguin (1897), *La loge* de Renoir (1874) ou bien encore *L'autoportrait à l'oreille bandée* de Van Gogh (1889). Il est en outre utile de rappeler que l'exposition « Le parti de la peinture » présentait de façon concomitante une nouvelle sélection d'œuvres contemporaines, avec notamment des œuvres de Gerhard Richter, Pierre Soulages, Bernard Frize, Joan Mitchell, Albert Oehlen et Mark Bradford.

Au second semestre, ensuite, la Fondation Louis Vuitton a célébré à travers une grande exposition l'œuvre immense et protéiforme de Charlotte Perriand (1903-1999), pionnière de la modernité, l'une des personnalités phares du monde de l'architecture et du design au XX^e siècle qui a contribué à définir un nouvel art de vivre et une nouvelle place de l'artiste dans la société par le croisement des disciplines et des différentes formes d'expression artistique. Notamment, de spectaculaires reconstitutions, établies avec la plus grande rigueur scientifique et en très étroite collaboration avec les ayant-droits de Charlotte Perriand, ont plongé les visiteurs au cœur de la synthèse des arts portées par cette femme libre et visionnaire, dont les créations ne cessèrent de dialoguer avec celles des artistes de son temps – Léger, Picasso, Calder – et les cultures – notamment japonaise – du monde entier.



À noter, enfin, que la fin de l'année 2019 a été marquée par l'inauguration à Séoul d'un édifice spectaculaire, conçu par Frank Gehry, l'architecte de la Fondation, pour abriter un magasin et un nouvel Espace Louis Vuitton au sein duquel a été présenté, à cette occasion, un ensemble exceptionnel de huit œuvres d'Alberto Giacometti.

En 2020, la Fondation Louis Vuitton présentera deux expositions majeures : d'abord une grande rétrospective consacrée à l'une des plus grandes artistes vivantes, la photographe américaine Cindy Sherman ; ensuite la présentation, pour la première fois en Europe, en partenariat avec le Musée d'État de l'Ermitage à Saint-Pétersbourg, le Musée d'État des Beaux-Arts Pouchkine et la Galerie nationale Tretyakov à Moscou, de l'une des collections les plus mythiques de l'histoire de l'Art moderne : la « Collection Morozov ».

3.2 INITIATIVES EN FAVEUR DE L'ÉDUCATION ARTISTIQUE

En 2019, le mécénat de LVMH en faveur de la jeunesse s'est particulièrement illustré dans le domaine musical. LVMH a notamment renouvelé son soutien à l'association « Orchestre à l'école », permettant à des centaines d'enfants à travers la France

d'accéder à la pratique musicale dans le cadre d'un programme pédagogique spécifique. En outre, LVMH a renouvelé le prêt des Stradivarius de sa collection.

3.3 SOLIDARITÉ ENVERS LA RECHERCHE MÉDICALE ET CERTAINES CAUSES SOCIALES

Enfin, le groupe LVMH a soutenu de nombreuses institutions reconnues pour leur action en faveur de l'enfance, des personnes âgées et handicapées et dans la lutte contre les grandes causes de souffrance et d'exclusion. LVMH s'est engagé en particulier auprès de la Fondation des Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France, l'association Le Pont-Neuf, la Fondation Save the Children au Japon, la Robin Hood Foundation à New York, en faveur d'initiatives pour l'enfance, mais aussi auprès de la Fondation

Claude Pompidou qui agit en faveur des personnes âgées et handicapées, ou bien encore de la Fondation Fraternité Universelle pour l'accès à la santé, à l'éducation et pour le développement agricole des Hauts Plateaux de Haïti. Le Groupe soutient également de longue date plusieurs fondations ou équipes scientifiques mobilisées dans des recherches de pointe liées à la santé publique.

(1) Fondation Louis Vuitton

Fondation d'entreprise créée par arrêté préfectoral publié au Journal Officiel le 18 novembre 2006, la Fondation Louis Vuitton est régie par la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat. Organisme à but non-lucratif, elle met en œuvre des actions de toute nature contribuant au rayonnement national et international des activités de création artistique et culturelle et favorisant l'accès du plus grand nombre aux œuvres d'art : expositions, actions pédagogiques destinées aux publics scolaires et universitaires, organisation de colloques, de conférences...

Les membres de la Fondation sont les principales sociétés françaises du Groupe. La Fondation est administrée par un Conseil d'administration composé pour un tiers de personnalités extérieures au Groupe retenues pour leurs compétences dans ses domaines d'intervention et, pour deux-tiers, de mandataires sociaux et salariés de sociétés du Groupe. Son financement est assuré, d'une part, par les cotisations des Fondateurs dans le cadre de programmes pluri-annuels, conformément à la loi et, d'autre part, par le recours à des financements externes garantis par LVMH.

Elle est soumise au contrôle d'un Commissaire aux comptes qui exerce ses fonctions dans les mêmes conditions que celles applicables aux sociétés commerciales et au pouvoir général de surveillance du Préfet de la région d'Île-de-France et de Paris.

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Groupe Financière Agache

8. GESTION DES RISQUES FINANCIERS ET OPÉRATIONNELS, CONTRÔLE INTERNE

1.	Risques stratégiques, opérationnels et financiers	108
1.1	Risques liés aux opérations ou à l'activité du Groupe	109
1.2	Risques externes	111
1.3	Risques financiers	113
2.	Politique d'assurance	115
2.1	Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation	115
2.2	Assurance transport	116
2.3	Assurance responsabilité civile	116
2.4	Couverture des risques spéciaux	116
3.	Procédures d'évaluation et de contrôle mises en place	116
3.1	Organisation	116
3.2	Normes et procédures internes	118
3.3	Systèmes d'information et de communication	119
3.4	Procédures de contrôles comptables, internes et externes	119
3.5	Formalisation et pilotage des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne	120
3.6	Prévention et détection de la fraude	121



1. Risques stratégiques, opérationnels et financiers

Les facteurs de risque auxquels est exposé le groupe Financière Agache et dont la matérialisation pourrait mettre en péril sa capacité à exercer ses activités habituelles, et à mener à bien sa stratégie, sont présentés au sein de trois catégories :

- les risques liés aux opérations ou à l'activité ;
- les risques externes ;
- les risques financiers.

Seuls les risques importants, au regard, à la fois, de leur probabilité de survenance et de leur impact négatif pour le Groupe, sont présentés ci-après. L'importance des risques a été évaluée après prise en considération des mesures de prévention et de gestion des risques mises en place par le Groupe. Les risques ont été positionnés selon leur niveau de criticité, s'échelonnant de 3 (risque modéré) à 1 (risque critique).

Nature des risques	Description du risque	Niveau de criticité ^(a)	Voir §
Risques liés aux opérations ou à l'activité du Groupe	Risques liés aux produits ou à une communication en inadéquation avec l'image des Maisons	1	1.1.1
	Risques liés à la disparition de compétences stratégiques	3	1.1.2
	Risques liés à l'accès et aux prix des matières premières	3	1.1.3
	Risques liés aux systèmes d'information	3	1.1.4
Risques externes	Risques liés à la contrefaçon et aux réseaux de distribution parallèles	1	1.2.1
	Risques liés à des réglementations défavorables au Groupe	2	1.2.2
	Risques liés à l'environnement politique, sanitaire et économique	3	1.2.3
	Risques liés au changement climatique	2	1.2.4
	Risques liés à la survenance de sinistres	3	1.2.5
Risques financiers	Risques liés au change	1	1.3.1
	Risques liés à la liquidité et à l'évolution des taux d'intérêt	3	1.3.1
	Risques liés à la politique fiscale	3	1.3.2

(a) 1 : Critique ; 2 : Important ; 3 : Modéré.

1.1 RISQUES LIÉS AUX OPÉRATIONS OU À L'ACTIVITÉ DU GROUPE

Les risques opérationnels – et leur gestion – sont pour l'essentiel localisés au niveau de LVMH et de ses filiales.

1.1.1 Risques liés aux produits ou à une communication en inadéquation avec l'image des Maisons

Description du risque	Gestion du risque
<p>La notoriété des marques repose sur la qualité et l'exclusivité des produits et de leurs modes de distribution ainsi que sur la politique de communication mise en œuvre. Des produits, des modes de production, des réseaux de distribution et des modes de communication en inadéquation avec l'image des marques pourraient affecter la notoriété des marques et entraîner un effet défavorable sur les ventes. La valeur nette des marques, enseignes et écarts d'acquisition inscrits au bilan du groupe Financière Agache au 31 décembre 2019 s'élève à 29,9 milliards d'euros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe exerce une vigilance accrue à l'égard de l'utilisation inappropriée par des tiers du nom de ses marques notamment via l'enregistrement systématique des marques et principaux noms de produits ainsi qu'une communication visant à limiter le risque de confusion entre les marques du Groupe et des marques de même nom. • Le Groupe soutient et développe la notoriété de ses Maisons en collaborant avec des professionnels réputés et innovants dans leur domaine (direction artistique, œnologie, recherche en cosmétiques...), en impliquant le management au plus haut niveau dans les orientations stratégiques (collections, politiques de distribution, de communication), en respectant et en mettant en avant la spécificité de chaque Maison. • LVMH met en œuvre à chaque étape de la production un processus de contrôle et d'audit qualité exigeant et sélectionne ses sous-traitants selon les critères les plus élevés en termes de qualité des produits et des modes de production. • Enfin, le Groupe met en place un processus de validation strict des investissements publicitaires (visuels, types de support, médias...).
<p>La circulation dans les médias ou sur les réseaux sociaux d'informations préjudiciables au Groupe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe effectue une veille constante des médias et des réseaux sociaux associée, le cas échéant, à des recours juridiques, et au maintien permanent d'un dispositif de gestion de crise. • Les actions menées par le Groupe visent la mise en place d'un cadre juridique adapté au monde digital, afin d'établir les responsabilités des différents acteurs impliqués, un devoir de vigilance contre les actes illicites en ligne devant être partagé par l'ensemble des acteurs tout au long de la chaîne de valeur digitale.
<p>Les comportements inappropriés de la part des ambassadeurs des marques, des collaborateurs, des distributeurs ou des fournisseurs du Groupe ainsi que le non-respect des règles de conformité (Sapin II, RGPD...).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les collaborateurs et les Maisons sont sensibilisés au respect des règles éthiques dans le Groupe par la diffusion de Codes de conduite, chartes et outils complémentaires, notamment : les Codes de conduite Groupe Arnault et LVMH, les Codes de conduite Fournisseurs Groupe Arnault et LVMH, la Charte LVMH sur les relations de travail avec les mannequins et les outils complémentaires permettant d'appréhender et d'appliquer ces principes (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Éthique et responsabilité, §2.2). • Les contrats de distribution du Groupe encadrent strictement ces aspects, faisant également l'objet de contrôles réguliers via des audits de terrain de la part des Maisons. • LVMH s'engage également dans une démarche de gestion responsable des approvisionnements (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Éthique et responsabilité, §5.2).



1.1.2 Risques liés à la disparition de compétences stratégiques

Description du risque	Gestion du risque
<p>Le Groupe est caractérisé par ses marques, un savoir-faire unique et des méthodes spécifiques de production, pour des produits vendus dans le monde entier. La disparition de ces savoir-faire et de compétences stratégiques notamment dans les domaines de la maroquinerie ou de l'horlogerie pourrait impacter fortement la qualité des produits.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Afin de garantir la pérennité de ces savoir-faire, le Groupe mène des actions en faveur de la formation et de la sauvegarde de ces métiers, notamment à travers une action envers la reconnaissance de la spécificité des métiers du luxe comme métiers « d'excellence », avec des critères propres au secteur économique du luxe et permettant de mieux répondre à ses besoins et exigences (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Talents et attractivité, §2.2).• Afin de protéger et développer l'accès des Maisons de Mode et de Maroquinerie aux matières premières et aux savoir-faire d'excellence qui leur sont indispensables, LVMH Métiers d'Arts investit et accompagne dans la durée les meilleurs de ses fournisseurs (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Présentation des activités, faits marquants et perspectives, §2.5).
<p>La mise en œuvre de notre stratégie de croissance, d'internationalisation et de digitalisation repose sur la capacité du Groupe à identifier les talents en adéquation avec ses besoins et à attirer et retenir ces profils prometteurs dans un environnement très concurrentiel.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Le Groupe s'efforce en permanence de créer les conditions permettant à ses collaborateurs de développer tout leur potentiel au service de son succès. Le Groupe veille tout particulièrement à l'adéquation des profils et des responsabilités, à la formalisation des revues annuelles de performance des collaborateurs, au développement des compétences par la formation continue et la promotion de la mobilité interne (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Talents et attractivité, § 3.1).

1.1.3 Risques liés à l'accès et aux prix des matières premières

Description du risque	Gestion du risque
<p>Le Groupe est fortement dépendant de matières premières et de ressources naturelles souvent rares, précieuses et difficiles d'accès, utilisées pour la conception des produits. De la même façon, le Groupe dépend de la variation du prix des matières premières (or, raisins, cuir, coton, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none">• Comme pour les savoir-faire stratégiques, le Groupe a développé une politique d'internalisation d'une partie de l'approvisionnement en matières premières stratégiques (vignobles champenois, investissements effectués par LVMH Métiers d'art pour les activités de Mode et Maroquinerie).• Depuis 1996, des accords interprofessionnels ont instauré une réserve qualitative afin de faire face aux irrégularités des récoltes et sécuriser les approvisionnements en raisins en Champagne (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Présentation des activités, faits marquants et perspectives, §1.1.4).• Les Maisons établissent des relations de partenariats durables auprès de leurs fournisseurs, notamment via le département Recherche et Développement pour les Maisons de Parfums et Cosmétiques, via les partenariats avec les éleveurs pour les Maisons de Mode et Maroquinerie, ou encore via les contrats d'approvisionnement pluri-annuels en raisins et eaux-de-vie dans le secteur des Vins et Spiritueux.• LVMH a sécurisé la part métaux précieux du coût de production des activités de Montres et Joaillerie via l'achat de couvertures auprès de banques, ou la négociation du prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs ou des producteurs.

1.1.4 Risques liés aux systèmes d'information

Description du risque	Gestion du risque
<p>Le Groupe est exposé à des cyber-risques pouvant résulter de malveillances internes ou externes ou bien d'événements non intentionnels. La matérialisation de ces risques peut entraîner la perte, la corruption ou la divulgation de données sensibles, telles que des informations relatives aux produits, aux clients, aux données financières. De tels risques peuvent également se traduire par une indisponibilité partielle ou totale de certains systèmes, désorganisant les processus et activités concernés.</p> <p>Le Groupe peut être exposé à la survenance d'une faille dans la mise en œuvre des règles de protection des données personnelles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Afin de se prémunir contre ces risques, le Groupe a mis en place une architecture décentralisée des systèmes d'information, limitant ainsi la propagation des risques entre les Maisons. • Un service partagé de cyber-défense mis en place par le Groupe assure la surveillance et la détection d'événements de sécurité suspects et apporte un support à chaque Maison pour répondre aux incidents avérés. • Le réseau de Responsables de la sécurité des systèmes d'information (RSSI) animé par le RSSI Groupe, assure une vigilance sur les risques SI et met en place des dispositifs préventifs. • Le Groupe réalise régulièrement des campagnes d'audit, des tests d'intrusion et des audits de vulnérabilité. LVMH diffuse par ailleurs un kit méthodologique « Plan de continuité des opérations » sur la base duquel sont définis, pour les entités significatives, des plans de continuité des opérations et de reprise d'activité (voir également ci-après le §3.3 Systèmes d'information et de communication). • Le Groupe veille à la conformité aux réglementations applicables en matière de données personnelles et notamment au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en imposant la mise en place d'une gouvernance adéquate au sein du Groupe. Ainsi, chaque Maison du Groupe s'est dotée d'un délégué à la protection des données (Data Protection Officer, « DPO ») qui pilote avec l'appui des départements juridique et cybersécurité, et en étroite collaboration avec les métiers (IT, digital, marketing, RH etc.), la mise en conformité des activités de chaque Maison (voir Rapport de gestion du Conseil d'administration – Éthique et responsabilité, §5.7).

1.2 RISQUES EXTERNES

1.2.1 Risques liés à la contrefaçon et aux réseaux de distribution parallèles

Description du risque	Gestion du risque
<p>La contrefaçon ou la copie des produits des marques, des savoir-faire et méthodes de production du Groupe peuvent entraîner un effet défavorable immédiat sur le chiffre d'affaires et le résultat et progressivement nuire à l'image de marque des produits concernés et à la confiance des consommateurs.</p> <p>De même, des produits du Groupe, notamment les articles de maroquinerie et les Parfums et Cosmétiques peuvent être distribués, en dehors de la volonté du Groupe, dans des réseaux de distribution parallèles, y compris les réseaux de vente sur internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pour agir contre la contrefaçon des produits, le Groupe procède à un enregistrement systématique des marques et principaux noms de produits, que ce soit en France ou dans les autres pays, et développe une collaboration étroite, dans les pays concernés, avec les autorités gouvernementales, les douanes, les avocats spécialistes de ces questions, et les acteurs du monde digital que le Groupe sensibilise aux conséquences néfastes de la contrefaçon. • Le Groupe est présent dans l'ensemble des organismes regroupant les grands noms de l'industrie du luxe, afin de promouvoir des actions concertées et un message commun au niveau mondial. • Le Groupe et certains acteurs de l'internet coopèrent afin d'améliorer la protection des droits de propriété intellectuelle du Groupe et de combattre la publicité et la vente en ligne des produits de contrefaçon. • Le Groupe lutte également contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution. La lutte contre la contrefaçon a coûté au Groupe en 2019, en dépenses internes et externes, 43 millions d'euros environ.

1.2.2 Risques liés à des réglementations défavorables au Groupe

Description du risque	Gestion du risque
<p>L'évolution défavorable des droits de douane ou restrictions à l'importation portant sur les produits de luxe (par exemple : les incertitudes liées aux droits de douane appliqués par les États-Unis sur les vins français et whiskys écossais), les évolutions défavorables de la législation fiscale appliquée aux activités du Groupe, mais aussi l'évolution défavorable du droit de la concurrence de nature à entraver la politique de distribution sélective du Groupe, peuvent être pénalisantes pour le Groupe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe met en œuvre un dispositif de veille réglementaire dans toutes ses régions d'implantation afin d'anticiper et de se prémunir contre les risques de non-respect par méconnaissance des évolutions réglementaires. • Le Groupe participe activement aux discussions globales visant à conclure une nouvelle génération d'accords de libre-échange entre l'Union européenne et les pays tiers, qui concernent non seulement l'accès aux marchés des pays tiers, mais aussi la signature d'accords facilitant l'accès des touristes des pays tiers à l'Union européenne. • Le Règlement européen de 1999 n° 2790-1999, autorisant le recours à la distribution sélective, y compris dans le cas des ventes par internet, confère une protection juridique au Groupe ainsi qu'à ses clients et lui offre des moyens supplémentaires de lutte contre la contrefaçon et contre la distribution parallèle de ses produits, tant dans le monde physique que digital.

1.2.3 Risques liés à l'environnement politique, sanitaire et économique

Description du risque	Gestion du risque
<p>L'instabilité géopolitique et sécuritaire ainsi que la survenance de crises sanitaires perturbant les flux touristiques peuvent avoir un impact négatif sur les ventes réalisées par les activités de « travel retail » au sein de la Distribution sélective, ainsi qu'au sein du groupe d'activités Mode et Maroquinerie, dont les boutiques bénéficient de la clientèle des touristes.</p>	<p>Le Groupe est peu présent dans des zones instables politiquement. Il importe de souligner que l'activité du Groupe est répartie principalement sur trois zones géographiques, l'Asie, l'Europe occidentale et les États-Unis, favorisant un équilibre géographique des activités et une compensation entre zones.</p>

1.2.4 Risques liés au changement climatique

Description du risque	Gestion du risque
<p>Les risques environnementaux et particulièrement le changement climatique peuvent impacter les écosystèmes, provoquer l'épuisement des ressources naturelles essentielles à la fabrication des produits et mettre en péril la continuité de chaînes d'approvisionnements.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe conduit une réflexion concernant les différents enjeux de l'adaptation au changement climatique. À moyen terme, l'évolution des pratiques de viticulture est la composante majeure de la stratégie d'adaptation du Groupe : de la modification des dates de vendange à l'évolution des modes de conduite des vignes (élargissement des rangs, augmentation de la taille des pieds de vigne, utilisation de l'irrigation dans certains pays et plus largement l'enjeu majeur de la disponibilité en eau). • La forte dépendance du Groupe aux ressources naturelles pousse le Groupe à déployer depuis plusieurs années une politique d'approvisionnement durable et de préservation des matières premières. Pour favoriser cette approche, plusieurs projets de développement de nouvelles filières d'approvisionnements responsables sont en cours pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques, Mode et Maroquinerie, Montres et Joaillerie (voir Rapport de gestion du Conseil d'administration – Environnement et durabilité, §3).

1.2.5 Risques liés à la survenance de sinistres

Description du risque	Gestion du risque
<p>Dans le cadre de ses activités de production et de stockage, le Groupe est exposé à la survenance de sinistres tels que les incendies, les dégâts des eaux, ou les catastrophes naturelles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pour identifier, analyser et traiter les risques industriels et environnementaux, le Groupe s'appuie sur l'action combinée de compétences externes et de professionnels qualifiés au sein du Groupe (notamment les responsables sécurité, qualité ou environnement). • La protection des actifs du Groupe s'inscrit dans une politique de prévention appliquant les normes de sécurité les plus élevées (Norme incendie FM Global et NFPA). • En concertation avec ses assureurs, le Groupe adopte l'approche dite RHP (Risques hautement protégés) afin de réduire de manière significative le risque d'incendie et pertes d'exploitation consécutives. L'amélioration continue de la qualité de la prévention des risques est un critère important pris en compte par les assureurs dans l'appréciation de ces risques et, par voie de conséquence, dans l'octroi de garanties étendues et compétitives. Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux (voir Rapport de gestion du Conseil d'administration – Environnement et durabilité, §5). • Des plans de prévention et de protection intègrent, en outre la continuité des activités et des plans de secours.

1.3 RISQUES FINANCIERS

1.3.1 Risques de change, de taux et de liquidité

Le Groupe applique une stratégie de gestion des risques de change et de taux destinée principalement à limiter l'impact négatif des fluctuations des monnaies ou des taux d'intérêts liés à son activité, ses financements ou ses investissements. Le Groupe a mis en place une politique, des règles de gestion et des procédures très strictes pour mesurer, gérer et contrôler ces risques de marché. L'organisation de ces activités repose sur la séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (trésorerie et front office), de gestion administrative

(back office) et de contrôle financier. Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle très rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Conseil d'administration.

Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui font l'objet de présentations régulières aux différents organes de direction concernés et d'une documentation détaillée.



Risque de change

Description du risque	Gestion du risque
<ul style="list-style-type: none">• Les fluctuations de change entre l'euro, devise dans laquelle est libellée la majeure partie des dépenses de production du Groupe et les principales devises dans lesquelles sont libellées les ventes du Groupe (en particulier le dollar US, la livre sterling, le dollar de Hong Kong, le renminbi chinois et le yen japonais) peuvent modifier significativement le montant de ces ventes et les résultats du Groupe exprimés en euros. Voir Note 23.5 de l'annexe aux comptes consolidés pour l'analyse de sensibilité du résultat net à la variation des principales devises auxquelles est exposé le Groupe.• Le Groupe est exposé au risque de change patrimonial lié à la détention d'actifs substantiels en devises. Voir l'analyse de l'exposition du Groupe au risque de change patrimonial en Note 23.5 de l'annexe aux comptes consolidés pour les principales devises concernées.	<ul style="list-style-type: none">• L'exposition au risque de change est gérée de manière active, afin de réduire la sensibilité à des variations défavorables des cours, en mettant en place des couvertures qui revêtent la forme de ventes à terme ou de produits optionnels. Voir Note 23.5 de l'annexe aux comptes consolidés concernant les niveaux de couverture des flux prévisionnels 2020 pour les principales devises de facturation.• Ce risque de change peut être couvert de manière totale ou partielle par l'utilisation d'emprunts ou d'instruments à terme dans la devise de l'actif.

Risques liés à la liquidité et à l'évolution des taux d'intérêt

Description du risque	Gestion du risque
<ul style="list-style-type: none">• Le Groupe pourrait rencontrer des difficultés d'accès à la liquidité nécessaire pour honorer les engagements financiers du Groupe, voir Note 23.7 de l'annexe aux comptes consolidés pour la ventilation des passifs financiers par échéance contractuelle.• Le Groupe pourrait subir une hausse des coûts de son financement à la suite d'une hausse des taux d'intérêt. Voir Notes 19.4 et 19.6 de l'annexe aux comptes consolidés l'analyse de la dette financière par échéance et nature de taux ainsi qu'une analyse de la sensibilité du coût de la dette financière nette aux variations de taux d'intérêt.	<ul style="list-style-type: none">• Le montant de la dette financière à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés, soit 8,6 milliards d'euros, est proche du solde de 6,4 milliards d'euros de trésorerie et équivalents.• Outre les lignes de crédit nouvellement mises en place en lien avec l'acquisition de Tiffany (voir le Rapport de gestion du Conseil d'administration – Commentaires sur les résultats et la situation financière consolidée, §3.1), le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 8,6 milliards d'euros.• Le Groupe a accès à une base d'investisseurs diversifiée (obligations et placements privés court terme), à des financements à long terme, bénéficie de la qualité de ses relations bancaires, matérialisée ou non par des lignes de crédit confirmées. Enfin, LVMH dispose d'une bonne qualité de crédit, reflétée par ses deux ratings (A1/P1 chez Moody's et A+/A1 chez Standard&Poors), toutes deux confirmées après l'annonce de l'acquisition de Tiffany par le Groupe.• Gestion du risque de taux par la mise en place de swaps ou par l'achat d'instruments optionnels (protections contre la hausse des taux) destinés à limiter les effets négatifs d'une évolution défavorable des taux. Les contrats d'emprunts et dettes financières ne sont assortis d'aucune clause spécifique susceptible d'en modifier significativement les conditions.

1.3.2 Risques liés à la politique fiscale

Description du risque	Gestion du risque
<p>Non-respect par le Groupe de ses obligations en matière fiscale.</p>	<p>La politique fiscale du Groupe reflète l'activité réelle et le développement du Groupe, tout en préservant sa compétitivité. Par ces activités, le Groupe participe au développement des territoires dans lesquels il est implanté, notamment au travers de sa contribution fiscale. Outre l'impôt sur les bénéfices, le Groupe paie et collecte de nombreux autres impôts et contributions, notamment des taxes sur le chiffre d'affaires, droits de douane et d'accises, taxes sur les salaires, impôts fonciers et autres impôts locaux spécifiques à chaque pays, s'inscrivant dans le cadre de la contribution économique du Groupe au profit des territoires dans lesquels il opère.</p> <p>Le Groupe s'engage à adopter une attitude transparente vis-à-vis des autorités fiscales et à leur fournir les informations pertinentes leur permettant de mener à bien leur mission. Le Groupe respecte les obligations de « reporting pays par pays », et transmet les informations requises aux administrations fiscales conformément aux dispositions applicables.</p>

2. Politique d'assurance

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

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

La politique de couverture des risques du Groupe s'appuie principalement sur le transfert de ses risques aux marchés de l'assurance à des conditions financières raisonnables, dans le

cadre de l'offre disponible sur ces marchés en termes de nature, de garanties et de limites de couverture. Les limites des couvertures d'assurance résultent soit d'une quantification du sinistre maximal possible, soit des contraintes imposées par le marché de l'assurance.

Par rapport aux capacités financières du Groupe, le niveau d'auto-assurance des risques n'est pas significatif. Les franchises à la charge des sociétés du Groupe répondent notamment à une optimisation du rapport couverture/coût global du risque. Les coûts de programmes d'assurance supportés par les sociétés du Groupe est proche de 0,14 % du chiffre d'affaires consolidé.

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

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

2.1 ASSURANCE DE DOMMAGES AUX BIENS ET PERTES D'EXPLOITATION

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

Les garanties de dommages aux biens sont délivrées à hauteur des capitaux exposés, les garanties de pertes d'exploitation couvrent la marge brute des sociétés du Groupe sur une période d'indemnisation d'une durée, selon l'exposition aux risques, de 12 à 24 mois. La limite de garantie de ce programme est de 2 milliards d'euros par sinistre, ce montant ayant été déterminé d'après l'analyse des sinistres maximaux possibles du Groupe.

Les garanties « événements naturels », accordées dans le cadre du programme mondial d'assurance de dommages du Groupe, ont été doublées en 2018 et sont maintenant de 150 millions d'euros par sinistre et par an. À la suite d'une étude de modélisation du risque de tremblement de terre au Japon réalisée en 2014 ainsi que d'une mise à jour des zones de risques majeurs en 2016 et 2018, une garantie spécifique de 20 milliards de yens a été prise pour ce risque. Une deuxième étude similaire a été entreprise en 2018 pour le risque de tremblement de terre en Californie, à la suite de laquelle une garantie de 75 millions de dollars US a été souscrite, en augmentation sensible par rapport à 2017. Ces niveaux sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.



2.2 ASSURANCE TRANSPORT

Les entités opérationnelles du Groupe sont couvertes par un contrat d'assurance transport « Stock et Transit ». La limite de garantie du programme est de 50 millions d'euros et correspond au risque maximal pour les transports en cours à un instant donné.

2.3 ASSURANCE RESPONSABILITÉ CIVILE

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

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

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

2.4 COUVERTURE DES RISQUES SPÉCIAUX

La couverture des risques politiques, la responsabilité civile des mandataires sociaux, la couverture des actes de fraude et malveillance, du risque crédit client, des actes de terrorisme et de violence politique, des risques de perte ou corruption de

données informatiques, et au sens plus large, de tous les risques « cyber », des risques liés aux projets de construction immobiliers, ou risques liés à l'environnement, sont assurées par des polices dédiées au niveau mondial ou local.

3. Procédures d'évaluation et de contrôle mises en place

3.1 ORGANISATION

3.1.1 La gestion des risques et les activités de contrôle dans la société Financière Agache

L'environnement de contrôle

Compte tenu de son intégration au sein d'un groupe disposant des compétences nécessaires à son administration, Financière Agache a recours aux services spécialisés de la société Groupe Arnault SEDCS qui couvrent principalement les domaines juridique, financier et comptable. Une convention de prestation de services a été conclue à cet effet avec la société Groupe Arnault SEDCS.

Pour ce qui concerne les prestations externes au Groupe, l'Assemblée générale de Financière Agache a nommé deux cabinets de premier plan pour le Commissariat aux comptes, exerçant par ailleurs des fonctions identiques chez Christian Dior et LVMH.

Les éléments clés des procédures de contrôle interne

La maîtrise des risques se base en premier lieu sur une revue régulière des risques encourus par la Société afin de permettre une adaptation des procédures de contrôle interne. Compte tenu de l'activité de la Société, les systèmes de contrôle interne ont notamment pour but de prévenir les risques d'erreur et de fraude dans les domaines comptable et financier. Les principes suivants guident l'organisation de la Société :

- des délégations de pouvoir très limitées, très précises et connues des contreparties ; des sous-délégations réduites au minimum ;
- un contrôle juridique en amont de la signature des contrats ;

- une séparation de l'ordonnancement des dépenses et du paiement ;
- des paiements sécurisés ;
- des règles de procédures connues des utilisateurs potentiels ;
- des bases de données intégrées (une seule saisie pour tous les utilisateurs) ;
- des contrôles fréquents, internes et externes.

Le contrôle interne relatif à l'élaboration de l'information financière et comptable de la société mère

Les comptes sociaux et consolidés font l'objet d'instructions précises et d'un système de remontée d'informations permettant de traiter une information exhaustive dans les délais appropriés. Les contrôles exhaustifs réalisés au niveau du palier de sous-consolidation Christian Dior et LVMH garantissent l'intégration de l'information.

Le contrôle juridique

Les titres détenus dans les filiales font l'objet d'un rapprochement régulier entre le service Comptabilité de la Société et le service Titres du Groupe.

3.1.2 Organisation du dispositif de gestion des risques et du contrôle interne de LVMH

LVMH rassemble cinq principaux groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective. Les Autres activités regroupent principalement le pôle média, la construction et commercialisation de yachts de luxe, les activités hôtelières, immobilières et les sociétés holdings. Ces groupes d'activités sont constitués d'entités de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, implantées sur tous les continents. L'autonomie des marques, la décentralisation et les responsabilités des dirigeants sont des principes fondamentaux d'organisation du Groupe.

La politique de gestion des risques et de contrôle interne en vigueur dans le Groupe est conforme à ces principes d'organisation :

- les sociétés du Groupe, dont la société LVMH SE, sont responsables de leur propre système de gestion des risques et de contrôle interne ; LVMH SE assure en outre un rôle de coordination et d'impulsion couvrant l'ensemble du groupe LVMH ; elle met à disposition une méthodologie et un référentiel, et une plate-forme applicative d'évaluation des risques et du contrôle interne ; par ailleurs, une sensibilisation sur des thématiques en lien avec le contrôle interne est assurée tout au long de l'année ;
- Le Président d'une Maison est responsable de la gestion des risques et du contrôle interne de l'ensemble des filiales qui contribuent, sur le plan mondial, à l'activité de la marque ; par délégation, chaque Président de filiale l'est pour ses activités propres.

3.1.3 Organisation et acteurs propres à l'information financière et comptable

Au niveau de Financière Agache

Au 31 décembre 2019, Financière Agache consolide deux actifs principaux : Christian Dior (avec un pourcentage d'intérêt de 95 %) et LVMH (avec un pourcentage d'intérêt de 41 %). La Direction financière du Groupe supervise la production des comptes sociaux et consolidés de Financière Agache.

Au niveau de Christian Dior

Christian Dior est une société holding qui détient directement et indirectement une participation de 41 % dans le capital de LVMH. Société cotée, LVMH est dotée d'une gouvernance qui contrôle elle-même l'intégrité et la pertinence de son information financière. Son organisation est décrite en détails ci-après. Au niveau de la société Christian Dior, l'information financière destinée aux marchés financiers (analystes financiers, investisseurs, actionnaires individuels, autorités de marché) est assurée sous le contrôle de la **Direction financière** de la Société, qui supervise également la production des comptes sociaux et consolidés, ainsi que la publication du Rapport annuel et du Rapport financier semestriel. Cette information est strictement encadrée par les règles de marché en vigueur, et notamment le principe d'égalité de traitement des investisseurs.

Au niveau de LVMH

La gestion des risques et le contrôle interne relatifs à l'information comptable et financière sont sous la responsabilité des directions suivantes de la **Direction financière** du groupe LVMH : Comptabilité et Consolidation, Contrôle de gestion, Systèmes d'information, Financement et Trésorerie, Fiscalité et Communication financière.

La **fonction comptable et consolidation** est responsable de la production et de l'établissement des comptes sociaux de LVMH SE et des sociétés des holdings de contrôle des participations du Groupe, des comptes consolidés et des publications semestrielles et annuelles, en particulier le Rapport financier semestriel et le Document d'enregistrement universel. Dans ce cadre, la fonction normes et pratiques comptables définit les normes comptables du Groupe, veille à leur diffusion et à leur application et met en place les formations nécessaires. La fonction consolidation coordonne également la mission des Commissaires aux comptes du groupe LVMH.

La **fonction contrôle de gestion** est responsable de la coordination du processus budgétaire, de ses ré-estimés établis en cours d'année, du plan stratégique à cinq ans ainsi que des tests de perte de valeur des actifs immobilisés. La fonction contrôle de gestion produit le reporting mensuel de gestion, ainsi que toutes les analyses nécessaires à la direction générale ; elle assure également le suivi des investissements et du cash-flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques. La fonction de contrôle de gestion est, de par ses attributions et la structure du reporting qu'elle produit, un acteur essentiel du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques financiers.



Ces deux fonctions sont rattachées à la **Direction financière Adjointe**.

La **Direction des Systèmes d'information** définit et met en place les systèmes d'information nécessaires aux fonctions centrales. Elle diffuse les standards techniques du groupe LVMH indispensables à une architecture décentralisée (matériels, applications, réseaux...) et propose des synergies entre métiers, dans le respect de l'autonomie des marques. Elle développe et maintient un système de télécommunications, des centres d'hébergement informatique et des applications transversales partagés par l'ensemble du Groupe. Elle supervise, en coopération avec les filiales, la création d'un plan à trois ans des systèmes d'information par groupe d'activités et société. Elle définit des orientations stratégiques en matière de cyber-sécurité, élabore et publie des politiques internes et des plans d'action communs, et aide les marques dans la mise en œuvre de systèmes de détection et de réponse à incidents ainsi que dans l'élaboration de plans de secours.

La **Direction des financements et de la trésorerie** est responsable de l'application de la politique financière du groupe LVMH qui comprend la gestion optimisée du bilan, la stratégie de financement, la maîtrise des frais financiers, la rentabilité des excédents de trésorerie et des investissements, l'amélioration de la structure financière, et une politique prudente de gestion des risques de solvabilité, de liquidité, de marchés et de contrepartie.

Au sein de cette direction, la trésorerie internationale veille plus particulièrement à la centralisation des disponibilités excédentaires du Groupe, et répond aux besoins de liquidités et de financements à court et moyen terme des filiales. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change.

Au département des Marchés, également situé au sein de cette direction, est déléguée la mise en œuvre de la politique centralisée de couverture des risques de marché générés par les sociétés du Groupe : risques de change, de taux et de contrepartie incorporés dans les actifs et les passifs.

Une politique de gestion et des procédures très strictes ont été mises en place pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché. Au sein de cette Direction, la distinction entre front office et back office, ainsi que l'existence d'une cellule de contrôle indépendante rapportant au Directeur financier adjoint sont les

garants du respect de la séparation des tâches. Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle en temps réel des opérations de couverture. Le dispositif de couverture est présenté régulièrement au Comité exécutif du groupe LVMH ainsi qu'au Comité d'audit de la performance et fait l'objet d'une documentation détaillée.

La **Direction fiscale** veille au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, conseille les différents groupes d'activités et sociétés, et propose des solutions fiscales adaptées aux orientations opérationnelles du groupe LVMH. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale et assure le reporting unifié des données fiscales.

La **Direction de la communication financière** est responsable de la coordination des informations diffusées à la communauté financière afin de donner à celle-ci une compréhension claire, transparente et précise de la performance et des perspectives du Groupe. Elle a aussi pour rôle de fournir à la direction générale les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel. En travaillant en étroite collaboration avec la direction générale et avec les groupes d'activités, elle détermine les messages clés; elle en assure la cohérence et en coordonne la diffusion au travers de moyens divers (rapports annuel et semestriel, présentations financières, réunions avec les actionnaires ou les analystes, site internet...).

Chacune de ces Directions veille à la qualité du contrôle interne dans son domaine respectif **via les Directions financières des groupes d'activités, des sociétés et des filiales**, elles-mêmes responsables de fonctions similaires dans leurs entités. Ainsi, chacune des Directions centrales anime son dispositif de contrôle à travers sa ligne fonctionnelle (Contrôleur de gestion, Responsable comptable, Consolidateur, Trésorier...). Des commissions financières réunissant les directions financières des principales sociétés du Groupe et les Directions de la société LVMH précédemment listées sont organisées périodiquement. Animées et coordonnées par les Directions centrales, ces commissions traitent notamment des normes et procédures à appliquer; des performances financières et des actions correctrices à apporter; et du contrôle interne appliqué aux données comptables et de gestion.

3.2 NORMES ET PROCÉDURES INTERNES

À travers l'**Intranet Éthique et Conformité de LVMH**, accessible à l'ensemble des collaborateurs, le Groupe diffuse les codes, chartes et principes destinés à guider les holdings et les Maisons dans la conduite de leurs activités. Il s'agit principalement du Code de conduite, des principes directeurs internes au Groupe, du Code de conduite Fournisseurs et de diverses chartes (Charte du Conseil d'administration, Charte sur les conditions de travail des mannequins et leur bien-être, Charte de conformité au droit de la concurrence, Charte Environnement, Charte relative à la sécurité des systèmes d'information, Charte privacy, etc.).

À travers son **Intranet Finance**, LVMH met à disposition l'ensemble des règles et procédures concourant à l'information comptable et financière, et applicables à chacune des filiales : il s'agit notamment des principes et normes comptables, de la consolidation, de la fiscalité, des investissements, du reporting (budget et plan stratégique), de la trésorerie et du financement (centralisation de trésorerie, couvertures de change et de taux...); ces procédures précisent, en outre, les formats, contenus et fréquences des reportings financiers.

Cet Intranet est également utilisé pour la diffusion des **principes et bonnes pratiques de contrôle interne** :

- le référentiel de contrôle interne LVMH, qui couvre l'environnement général de contrôle, 11 processus clés communs à tous nos métiers (Ventes, Ventes de détail, Achats, Voyages et déplacements, Stocks, Cash, Immobilisations, Ressources humaines, Systèmes d'information et Clôture des comptes, Cyber-sécurité et Protection des données personnelles) et des processus spécifiques à nos métiers (Assurances, Licences, Production, Fin de Vie, Environnement et Concessions) ;
- le socle minimum de contrôle interne, « IC Base », composé de 68 contrôles clés extraits du référentiel LVMH, support de l'auto-évaluation annuelle ; ce document fait l'objet d'une revue et d'une mise à jour annuelle pour intégrer de nouveaux standards ou nouvelles exigences réglementaires ;
- les référentiels métiers développés pour refléter les caractéristiques propres à nos activités (Vins et Spiritueux, Mode et

Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective).

Une section « **Risques majeurs** » de l'**Intranet Finance** rassemble les procédures et outils dédiés à l'évaluation, à la prévention et à la couverture de ces risques. Les bonnes pratiques sur les familles de risques opérationnels sélectionnées y sont également disponibles. Ces éléments sont à la disposition de l'ensemble des acteurs impliqués dans la gestion du risque.

Enfin, la **Direction juridique du Groupe** prépare à destination des Maisons des outils visant à leur permettre de se conformer (i) à diverses réglementations notamment à celles relatives à la lutte contre le blanchiment, aux limitations applicables aux règlements en espèces en vigueur dans les principaux marchés au sein desquels le Groupe est présent, aux embargos et sanctions économiques mises en place par certains pays ou encore (ii) au nouveau Règlement général européen en matière de protection des données.

3.3 SYSTÈMES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

Les plans stratégiques de développement des Systèmes d'information et de communication au sein du Groupe sont coordonnés par la direction des Systèmes d'information qui veille à l'harmonisation des solutions mises en place et à la continuité des opérations. Les aspects de contrôle interne (séparation des tâches, droits d'accès...) sont intégrés lors de la mise en place de nouveaux systèmes d'information, puis revus régulièrement.

Les Systèmes d'information et télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font l'objet de procédures particulières : un kit méthodologique « Plan de continuité des opérations » a été diffusé dans le Groupe afin de définir, pour chaque entité significative, les grandes lignes d'un tel plan ainsi qu'un Plan de Reprise d'Activité. En particulier, un Plan de continuité des opérations ainsi qu'un Plan de Reprise d'Activité ont été développés et testés au niveau des sociétés holdings françaises.

Les entités significatives sont dotées d'un RSSI « Responsable de la Sécurité des Systèmes d'information ». Les RSSI sont animés par le RSSI Groupe ; ils forment un réseau de vigilance quant à l'évolution des risques SI et mettent en place les dispositifs préventifs adéquats en fonction de la probabilité du risque et son impact potentiel.

Des campagnes d'audit, de tests d'intrusion et audits de vulnérabilités sont menées par les entités et par la direction des Systèmes d'information du Groupe.

LVMH a mis en place, depuis avril 2015, un centre opérationnel de surveillance et d'évaluation de la sécurité des systèmes d'information, au service des Maisons du Groupe.

3.4 PROCÉDURES DE CONTRÔLES COMPTABLES, INTERNES ET EXTERNES

3.4.1 Principes comptables et de gestion

Les filiales adoptent les principes comptables et de gestion communiqués par le Groupe pour les besoins des comptes consolidés publiés et du reporting interne ; elles utilisent toutes le même référentiel (plan de comptes et manuel des principes comptables) et le système de reporting comptable et de gestion administré par le Groupe, garantissant ainsi la cohérence des données internes et publiées.

des délais appropriés. Le Président et le directeur financier de chaque société s'engagent sur la qualité et l'exhaustivité de l'information financière transmise au Groupe, y compris les éléments figurant hors bilan, par le biais d'une lettre d'affirmation signée, confortant ainsi la qualité de l'information financière transmise.

Des paliers de consolidation existent par Maison et groupe d'activités, garantissant un premier niveau de contrôle et de cohérence.

3.4.2 Processus de consolidation

La consolidation des comptes fait l'objet d'instructions régulières et précises ; un système de remontées d'information adapté permet de traiter une information homogène, exhaustive et fiable dans

Au niveau de LVMH, les équipes responsables de la consolidation sont organisées par activité et sont en contact permanent avec les groupes d'activités et sociétés concernés ; cette proximité permet une meilleure compréhension et validation de l'information financière communiquée et une anticipation du traitement des opérations complexes.



La qualité de l'information financière et sa régularité au regard des normes sont également garanties par des échanges permanents avec les Commissaires aux comptes lorsque les situations sont complexes et laissent place à l'interprétation.

3.4.3 Reporting de gestion

Les sociétés consolidées du Groupe produisent annuellement un plan stratégique, un budget complet et des ré-estimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

Ces grandes étapes de gestion sont l'occasion d'analyses approfondies des données réelles en comparaison des données budgétaires et de celles de l'année précédente, et d'un dialogue permanent entre les filiales et LVMH, élément indispensable au dispositif de contrôle interne financier.

Une équipe de contrôleurs de gestion, au sein de LVMH, spécialisée par activité, est en contact permanent avec les groupes d'activités et les sociétés concernés, autorisant ainsi une meilleure connaissance des performances et des choix de gestion, ainsi qu'un contrôle approprié.

L'arrêté des comptes semestriels et annuels fait l'objet de réunions spécifiques de présentation des résultats en présence des directions concernées et de la direction Financière de LVMH; durant ces réunions, les Commissaires aux comptes font état de leurs conclusions, tant en termes de qualité d'information financière et comptable que d'appréciation du contrôle interne des différentes sociétés de LVMH.

3.5 FORMALISATION ET PILOTAGE DES DISPOSITIFS DE GESTION DES RISQUES ET DU CONTRÔLE INTERNE

3.5.1 La démarche ERICA « Enterprise Risk and Internal Control Assessment »

Répondant aux directives européennes, le Groupe a mis en place une démarche, dénommée ERICA (Enterprise Risk and Internal Control Assessment), démarche globale d'amélioration et d'intégration des dispositifs de gestion des risques majeurs et de contrôle interne liés à ses activités courantes.

Cette démarche, depuis 2015, est déployée sur l'ensemble des marques du Groupe; elle comprend notamment un volet cartographie annuelle des risques majeurs de chaque marque, et l'auto-évaluation de 68 contrôles clés extraits du référentiel de contrôle interne par toutes les entités du Groupe à minima tous les trois ans. Dans cette période des trois ans, le Groupe actionne l'auto-évaluation sur un périmètre restreint d'entités revu chaque année, les Maisons ayant toute autonomie pour étendre le processus sur le périmètre qu'elles jugent approprié. Une auto-évaluation complète de l'ensemble des entités du groupe LVMH générant plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires a ainsi été effectuée au 30 juin 2019 (lors de la campagne 2018/2019).

Un délai de deux ans est accordé aux nouvelles acquisitions pour entrer dans cette démarche une fois le processus d'intégration mené à son terme.

La responsabilité des Maisons et des groupes d'activités dans cette démarche est attestée annuellement par la signature de deux lettres de représentation :

- une lettre d'affirmation « ERICA », portant sur les dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne, signée au 30 juin. Le Président, le directeur financier et/ou les membres du Comité de direction confirment par leur signature leur responsabilité sur ces dispositifs, et décrivent leur évaluation, les insuffisances majeures et les plans de remédiation correspondants. Ces lettres sont analysées, suivies et « consolidées » à chaque niveau

supérieur de la structure organisationnelle du Groupe (régions, Maisons, groupes d'activités); elles sont communiquées à la direction Financière et à la direction de l'Audit et du Contrôle interne Groupe. Celles-ci sont également à la disposition des Commissaires aux comptes;

- la lettre annuelle d'affirmation sur le reporting financier, comprenant un paragraphe dédié au contrôle interne.

Depuis 2013, et selon les circonstances, les présidents de Maison sont amenés à présenter au Comité d'audit de la performance, sur leur périmètre de responsabilités, les réalisations, les plans d'actions en cours et les perspectives, en termes de contrôle interne et de maîtrise des risques.

3.5.2 Le pilotage des risques majeurs et du dispositif de contrôle interne

Les risques majeurs sur nos marques et activités sont gérés au niveau de chacun de nos groupes d'activités et Maisons. Dans le cadre du cycle budgétaire et d'établissement du plan à trois ans, l'identification et l'évaluation des risques majeurs pesant sur les objectifs stratégiques, opérationnels et financiers sont menées et formalisées dans des chapitres dédiés.

Une fois le niveau de risque acceptable déterminé et validé, le traitement des risques se fait à travers des actions de prévention et des actions de protection; ce dernier volet intègre les plans de continuité d'activités (PCA) et de gestion de crise afin d'organiser la meilleure réponse au risque une fois survenu. Enfin, en fonction de la typologie des risques d'une marque ou d'une entité et du montant du risque résiduel, celle-ci peut, en coordination avec le Groupe, décider de faire appel au marché de l'assurance pour transférer une part ou la totalité de ce risque résiduel et/ou arbitrer en faveur de sa rétention.

À noter qu'une journée complète dédiée à la continuité d'activité a été réalisée en 2019, rassemblant l'ensemble des acteurs concernés dans les Maisons sur ce sujet. Un outil d'aide à la mise en œuvre d'un plan de continuité d'activité (PCA) a ensuite été communiqué à l'ensemble des Maisons du Groupe.

La **surveillance continue du dispositif de contrôle interne** et l'examen périodique de son fonctionnement sont assurés à plusieurs niveaux :

- une forte responsabilisation du management des Maisons et des opérationnels, avec le support des contrôleurs internes, de façon à apprécier le niveau de contrôle interne sur la base de contrôles clés, identifier les faiblesses et engager les actions correctives. Des rapports d'exceptions ou d'anomalies permettent de travailler sur les contrôles détectifs en complément des contrôles préventifs ;

- un processus formalisé d'auto-évaluation annuelle d'une liste de contrôles clés extraits du référentiel de contrôle interne, processus intégré au dispositif ERICA ;
- les Commissaires aux comptes, tenus informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'audit de la performance, via des comptes rendus périodiques ;
- les travaux de revue effectués par l'Audit interne Groupe et les Commissaires aux comptes, dont les résultats et les recommandations sont transmis au management des entités et à la direction générale du Groupe ;
- la revue du dispositif ERICA et de la qualité des auto-évaluations, partie intégrante de la mission de l'Audit interne sur les entités auditées.

3.6 PRÉVENTION ET DÉTECTION DE LA FRAUDE

Depuis quelques années, le risque de fraude a subi de fortes mutations : recrudescence des fraudes par usurpation d'identité, intensification du recours au « social engineering » avec tentatives d'intrusion et récupération de données. Le Groupe et les Maisons ont intensifié leur vigilance, adaptant leurs procédures internes et leurs campagnes de sensibilisation et formation à l'évolution des scénarios rencontrés ou raisonnablement prévisibles.

Le référentiel de contrôle interne est, par le nombre important des contrôles préventifs et détectifs associés à ce risque, le socle premier du dispositif anti-fraude.

L'obligation faite à toute entité de rendre compte au directeur de l'Audit et du Contrôle interne de LVMH de toute tentative de fraude ou fraude avérée constitue une autre composante essentielle de ce dispositif : au-delà de la supervision des actions et décisions de traitement de chaque cas remonté, le directeur s'attache à tirer les enseignements et à redescendre, après anonymisation, cette information aux directeurs financiers de toutes les Maisons.

La direction de l'Audit et du Contrôle interne de LVMH a ainsi mis en place un programme de sensibilisation aux risques de fraude, par le biais de communiqués périodiques, qui recensent les scénarios de tentatives et cas avérés de fraude au sein du Groupe. Pour chaque scénario est présenté un dispositif de prévention, dont l'existence doit être vérifiée par les Maisons et filiales. Ces communiqués sont diffusés très largement dans le Groupe pour une sensibilisation soutenue des personnels les plus exposés.

À noter que des actions de sensibilisation à la fraude au virement bancaire ont été menées au cours de l'année 2019 auprès de l'ensemble de la communauté du Contrôle interne.

Enfin, pour compléter ce dispositif, un module spécifique à la fraude est intégré au parcours de formation « the Fundamentals » de l'Académie du Contrôle interne LVMH.

Rapport de gestion du Conseil d'administration – Société Financière Agache

1. Résultat de la société Financière Agache	124
1.1 Commentaires sur les comptes au 31 décembre 2019	124
1.2 Changement de présentation du compte de résultat	124
1.3 Affectation du résultat	124

2. Renseignements concernant le capital de la Société	125
--	------------

3. Décisions à prendre	126
3.1 Composition du Conseil d'administration	126
3.2 Modification des statuts afin notamment de les mettre en harmonie avec les dernières dispositions légales et réglementaires en vigueur, dont la loi Pacte du 22 mai 2019	126



1. Résultat de la société Financière Agache

1.1 COMMENTAIRES SUR LES COMPTES AU 31 DÉCEMBRE 2019

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société Financière Agache arrêtés au 31 décembre 2019 ont été établis conformément aux dispositions légales françaises, selon les mêmes principes et

méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent avec un nouveau format de présentation du compte de résultat (voir Note 1.2).

1.2 CHANGEMENT DE PRÉSENTATION DU COMPTE DE RÉSULTAT

La présentation du compte de résultat a été modifiée afin d'améliorer la compréhension de la formation du résultat, notamment par la mise en exergue de son activité de holding.

La nouvelle présentation du compte de résultat inclut trois soldes intermédiaires : le résultat financier, le résultat d'exploitation et le résultat exceptionnel ; résultat financier et résultat d'exploitation cumulés forment le résultat courant avant impôt.

Le résultat financier comprend le résultat de gestion des filiales et participations, le coût de la dette financière nette et d'autres éléments principalement liés aux placements et au résultat de change.

Le résultat d'exploitation inclut les prestations de service et autres revenus, les frais de personnel et les autres frais opérationnels.

Le résultat exceptionnel englobe les seules opérations qui, du fait de leur nature, ne peuvent être comprises dans les résultats financier ou le résultat d'exploitation.

1.3 AFFECTATION DU RÉSULTAT

Au cours de l'exercice, Financière Agache a accru sa participation directe et indirecte dans sa filiale LVMH, y compris par l'intermédiaire de Semyrhamis et de Financière Jean Goujon.

Le montant des produits financiers de filiales et participations reçus en 2019 s'est élevé à 618,0 millions d'euros contre 129,6 millions d'euros en 2018. Cette augmentation de 488,3 millions d'euros s'explique principalement par la distribution par Christian Dior SE, en décembre 2019, d'un acompte sur dividende exceptionnel, qui a contribué à cette augmentation à hauteur de 467,1 millions d'euros pour Financière Agache.

Le résultat financier s'est établi à 688,8 millions d'euros contre 159,1 millions d'euros en 2018.

Le résultat net s'établit à 662,7 millions d'euros contre 150,1 millions d'euros en 2018.

Il est proposé à l'Assemblée générale des actionnaires d'affecter et de répartir le bénéfice distribuable de l'exercice clos le 31 décembre 2019 de la façon suivante :

Détermination du résultat distribuable (en euros)

Résultat net	662 718 012,31
Report à nouveau	2 744 758 339,04
BÉNÉFICE DISTRIBUTABLE	3 407 476 351,35
Proposition d'affectation	
Distribution d'un dividende brut de 52,50 euros par action	166 600 980,00
Report à nouveau	3 240 875 371,35
SOIT UN TOTAL DE	3 407 476 351,35

Si cette affectation est retenue, le montant brut du dividende en numéraire ressortira à 52,50 euros par action. Un acompte sur dividende en numéraire de 52,50 euros par action ayant été distribué le 16 décembre 2019, aucun solde ne sera mis en paiement au titre de l'exercice 2019.

Au 1^{er} janvier 2020, en l'état de la législation fiscale applicable aux revenus de capitaux mobiliers, ces dividendes ouvrent droit, pour les résidents fiscaux français personnes physiques qui ont

opté pour l'imposition au barème progressif de l'impôt sur le revenu sur l'ensemble de leurs revenus mobiliers éligibles, à l'abattement fiscal de 40 %.

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

Distribution de dividendes

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

Exercice	Nature	Date de mise en paiement	Dividende brut ^(a) (en euros)
31 décembre 2018	Acompte	20 décembre 2018	70,00
	Solde	-	-
	TOTAL		70,00
31 décembre 2017	Acompte	14 décembre 2017	100,00
	Solde	-	-
	TOTAL		100,00
31 décembre 2016	Acompte	13 décembre 2016	26,00
	Solde	-	-
	TOTAL	-	26,00

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

Informations relatives aux délais de paiement

En application des dispositions de l'article D.441-4 du Code de commerce, nous vous indiquons, qu'au 31 décembre 2019, les dettes fournisseurs ainsi que les créances clients sont non échues.

2. Renseignements concernant le capital de la Société

Le capital, au 31 décembre 2019, est de 50 773 632 euros, divisé en 3 173 352 actions d'un nominal de 16 euros. Au 31 décembre 2019, 3 619 de ces actions (représentant 0,11 % du capital) étaient détenues par la Société, pour un prix de revient global de 448 396 euros.

Les actions de la Société ne sont plus négociées sur un marché réglementé depuis 1996. Conformément à la Loi, elles revêtent donc la forme obligatoirement nominative.

Financière Agache se tient à la disposition de ses actionnaires pour leur faciliter les démarches et les formalités en cas de négociation de leurs titres et, le cas échéant, pour les aider à rechercher une contrepartie.

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102 du Code de commerce, nous vous informons qu'aucun salarié de la Société ou des sociétés qui lui sont liées, ne détient, dans le cadre des régimes de gestion collective de titres visés par ce texte, d'actions de la Société.



3. Décisions à prendre

3.1 COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Il vous est proposé de renouveler les mandats d'Administrateur des sociétés GA Placements et Groupe Arnault pour la durée statutaire de trois ans.

3.2 MODIFICATION DES STATUTS AFIN NOTAMMENT DE LES METTRE EN HARMONIE AVEC LES DERNIÈRES DISPOSITIONS LÉGALES ET RÉGLEMENTAIRES EN VIGUEUR, DONT LA LOI PACTE DU 22 MAI 2019

La loi Pacte du 22 mai 2019 et la loi de simplification du droit des sociétés du 19 juillet 2019 ont apporté de nombreuses modifications au Code de commerce qui régit les sociétés commerciales.

Les principales modifications à introduire dans les statuts portent sur :

- la nouvelle définition des pouvoirs du Conseil d'administration, qui détermine les orientations de l'activité de la Société conformément à son intérêt social et en prenant en compte ses enjeux sociaux et environnementaux (article XII) ;
- la faculté pour le Conseil d'administration de prendre les décisions suivantes par consultation écrite : cooptation, autorisation de cautions, avals ou garanties, transfert du siège social dans le même département, modification des statuts pour les mettre en harmonie avec les dispositions légales en cas de délégation de pouvoir par l'Assemblée, convocation d'une Assemblée générale (article XII) ;

- la suppression des termes « jetons de présence » pour désigner la rémunération allouée aux Administrateurs et aux censeurs au titre de leur mandat (articles XIII et XV bis).

Nous vous proposons en outre de (i) compléter l'article XI des conditions de nomination d'un Administrateur à titre provisoire par le Conseil d'administration et l'article XII de l'utilisation de moyens de visioconférence ou autres moyens de télécommunication autorisés pour les réunions du Conseil d'administration, ainsi que de (ii) porter la limite d'âge des Directeurs généraux délégués à 75 ans (article XV II-2).

Nous souhaitons profiter de cette Assemblée générale annuelle pour vous soumettre ces modifications et vous soumettons à cet effet un projet des statuts amendés.

Rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise

1.	Liste des mandats ou fonctions exercés dans toutes sociétés par les mandataires sociaux	128
1.1	Mandats d'Administrateur en cours	128
1.2	Renouvellements de mandat proposés à l'Assemblée générale	129
<hr/>		
2.	Récapitulatif des délégations et autorisations financières en cours et de leur utilisation	130
<hr/>		
3.	Information sur les conventions visées à l'article L. 225-37-4 2° du Code de commerce	131



Ce rapport établi conformément aux dispositions des articles L. 225-37 et suivants du Code de commerce, a été arrêté par le Conseil d'administration dans sa délibération du 22 avril 2020 et sera présenté aux actionnaires lors de l'Assemblée générale du 4 juin 2020.

1. Liste des mandats ou fonctions exercés dans toutes sociétés par les mandataires sociaux

1.1 MANDATS D'ADMINISTRATEUR EN COURS

M. Florian OLLIVIER, Président-directeur général

Agache Développement SA	Représentant permanent de Financière Agache, Administrateur
Escorial Development SA	Administrateur
Europatweb SA	Président-directeur général
Financière Agache SA	Président-directeur général
Financière Jean Goujon SAS	Président
FJG Patrimoine SAS	Président
GA Placements SA	Représentant permanent d'Invry, Administrateur
GMPI	Administrateur
Groupe Arnault SEDCS	Directeur général – Membre du Directoire
Hermiole SAS	Président
Invry SAS	Président
JGPG SAS	Président
Kléber Participations SARL	Gérant
Le Peigné SA	Administrateur
Montaigne Services SNC	Gérant
Semyrhamis SA	Directeur général délégué, non Administrateur
Semyrh-Europe (SA)	Représentant permanent de Financière Agache, Administrateur
Sevrilux SNC	Administrateur
	Représentant légal de Financière Agache, Gérant

Lord POWELL of BAYSWATER

Financière Agache SA	Administrateur
Hong Kong Land Holdings	Administrateur
Jardine Strategic Holdings	Administrateur
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE	Administrateur
LVMH Services Limited	Président du Conseil d'administration
Matheson & Co Ltd	Administrateur
Northern Trust Corporation	Administrateur

INVRY SAS

Financière Agache SA	Administrateur
GA Placements SA	Administrateur

M. Pierre DE ANDREA, Représentant permanent

Agache Développement SA	Président-directeur général
CD Investissements SAS	Président
CPV Investissement SARL	Gérant
Delcia SA	Administrateur
Europimmo SNC	Gérant
Fimeris SA	Administrateur
Financière Agache SA	Représentant permanent de Invry, Administrateur
Foncière du Nord SCI	Gérant
GA Placements SA	Représentant permanent de Groupe Arnault, Administrateur
Goujon Holding SAS	Président
Goujon Participations SAS	Président
Mandarine SARL	Gérant
Métropole 1850 SNC	Gérant
Sadifa SA	Président-directeur général
Sanderson International SA	Administrateur
Société de Gestion Financière et de Patrimoine SARL	Gérant
Société en nom collectif Jardin Bleu	Gérant
Sophiz SA	Administrateur
Westley International SA	Administrateur

1.2 RENOUVELLEMENTS DE MANDAT PROPOSÉS À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

GA PLACEMENTS SA

Financière Agache SA	Administrateur
----------------------	----------------

M. Pierre DEHEN, Représentant permanent

Agache Développement SA	Représentant permanent de Groupe Arnault, Administrateur
Asopis SAS	Président
Financière Agache SA	Représentant permanent de GA Placements, Administrateur
GA Placements SA	Président-directeur général
LC Investissements SAS	Membre du Comité de direction
Union +	Représentant permanent de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, Administrateur

GROUPE ARNAULT SEDCS

Agache Développement SA	Administrateur
Europatweb SA	Administrateur
Financière Agache SA	Administrateur
GA Placements SA	Administrateur
Semyrhamis SA	Administrateur

M. Nicolas BAZIRE, Représentant permanent et Directeur général délégué

Agache Développement SA	Administrateur
Atos SE	Administrateur
Carrefour SA	Administrateur
Christian Dior SE	Administrateur
Europatweb SA	Administrateur
Financière Agache SA	Directeur général délégué et Représentant permanent de Groupe Arnault, Administrateur
Groupe Arnault SEDCS	Directeur general – Membre du Directoire
Groupe Les Echos SA	Administrateur
Jean Patou SAS	Membre du Comité consultatif
Les Echos SAS	Vice-Président du Conseil de surveillance
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE	Administrateur
Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Administrateur
Louis Vuitton Malletier SAS	Représentant permanent d'Ufipar, Membre du Comité d'orientation
LV Group SA	Administrateur
Madrigall SA	Administrateur
Semyrhamis SA	Directeur général délégué, non Administrateur
Société des Bains de Mer de Monaco SA	Représentant permanent de Groupe Arnault, Administrateur
Suez SA	Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
	Administrateur

2. Récapitulatif des délégations et autorisations financières en cours et de leur utilisation

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

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 déc. 2019
Par incorporation de bénéfices, réserves, primes ou autres (L. 225-129-2 et L. 225-130)	AG 22/05/2019 (7 ^e résolution)	21/07/2021 (26 mois)	32 millions d'euros ^(a) ^(b)	Non applicable	Néant
Avec maintien du droit préférentiel de souscription – actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital	AG 22/05/2019 (8 ^e résolution)	21/07/2021 (26 mois)	32 millions d'euros ^(a) ^(b)	Libre	Néant

(a) Montant nominal maximal. Il s'agit d'un plafond commun fixé par l'Assemblée générale du 22 mai 2019 pour les émissions décidées en vertu des 7^e et 8^e résolutions (10^e résolution).

(b) Soit à titre indicatif 2 000 000 actions, sur la base de la valeur nominale unitaire au 31 décembre 2019.

3. Information sur les conventions visées à l'article L. 225-37-4 2° du Code de commerce

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-37-4 2° du Code de commerce, tel que modifié par la loi du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite Loi Pacte, sont mentionnées ci-dessous les conventions visées par ledit article, conclues au cours de l'exercice 2019 et portées à la connaissance de la Société.

Une filiale indirecte de la société Groupe Arnault SEDCS a acquis, le 26 septembre 2019, un ensemble immobilier de bureaux situé à Paris. Louis Vuitton Malletier, filiale de LVMH, a pris à bail cet ensemble pour une durée de 12 années, dont 6 années fermes. Le loyer annuel s'élève à 1 649 100 euros hors taxes et hors charges avec une franchise de 18 mois.

En outre, deux filiales indirectes de LVMH, ont acquis, les 11 et 26 septembre 2019, plusieurs logements et places de parking dans un ensemble immobilier situé à Courchevel. La Société d'Exploitation de l'Hôtel Cheval Blanc (Courchevel), filiale indirecte de la société Groupe Arnault SEDCS a pris à bail une partie de ces biens immobiliers pour une durée d'une année, moyennant un loyer annuel de 410 000 euros hors taxes et hors charges.

La convention d'assistance relative à diverses prestations, principalement dans les domaines de l'ingénierie juridico-financière, du droit des affaires et de l'immobilier, signée entre la société LVMH et la société Groupe Arnault qui compte un certain nombre de spécialistes dans ces domaines, a fait l'objet d'un avenant fixant la rémunération prévue dans ce contrat à 1 500 000 euros hors taxes.

Comptes consolidés

1.	Compte de résultat consolidé	134
2.	État global des gains et pertes consolidés	135
3.	Bilan consolidé	136
4.	Tableau de variation des capitaux propres consolidés	137
5.	Tableau de variation de la trésorerie consolidée	138
6.	Annexe aux comptes consolidés	140
7.	Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	209

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



1. Compte de résultat consolidé

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	<i>Notes</i>	2019	2018^(a)	2017^(a)
Ventes	24-25	53 671	46 831	43 667
Coût des ventes		(18 126)	(15 630)	(15 106)
Marge brute		35 545	31 201	28 561
Charges commerciales		(20 206)	(17 752)	(16 958)
Charges administratives		(3 880)	(3 472)	(3 254)
Part dans les résultats des sociétés commerciales mises en équivalence	8	28	23	-
Résultat opérationnel courant	24-25	11 487	10 000	8 349
Autres produits et charges opérationnels	26	(231)	(126)	(179)
Résultat opérationnel		11 255	9 874	8 170
Coût de la dette financière nette		(180)	(204)	(186)
Intérêts sur dettes locatives		(290)	-	-
Part dans les résultats des sociétés non opérationnelles mises en équivalence	8	41	24	20
Autres produits et charges financiers		(186)	(261)	26
Résultat financier	27	(615)	(441)	(140)
Impôts sur les bénéfices	28	(2 966)	(2 528)	(2 266)
Résultat net avant part des minoritaires		7 674	6 905	5 764
Part des minoritaires	18	4 888	4 406	3 774
Résultat net, part du Groupe		2 786	2 499	1 990
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	29	878,90	788,39	627,81
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	29	877,64	785,87	623,40

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

2. État global des gains et pertes consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Notes</i>	2019	2018^(a)	2017^(a)
Résultat net avant part des minoritaires		7 674	6 905	5 764
Variation du montant des écarts de conversion		299	270	(991)
Montants transférés en résultat		1	(1)	25
Effets d'impôt		11	15	(49)
	<i>16.5, 18</i>	311	284	(1 015)
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises		(17)	1	369
Montants transférés en résultat		28	(280)	(104)
Effets d'impôt		(4)	80	(76)
		7	(199)	189
Variation de valeur des parts inefficaces des instruments de couverture		(211)	(271)	(91)
Montants transférés en résultat		241	148	210
Effets d'impôt		(7)	31	(35)
		23	(92)	84
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat		342	(7)	(742)
Variation de valeur des terres à vigne	<i>6</i>	42	8	(35)
Montants transférés en réserves consolidées		-	-	-
Effets d'impôt		(11)	(2)	82
		31	6	47
Engagements envers le personnel :				
variation de valeur liée aux écarts actuariels		(167)	28	57
Effets d'impôt		39	(5)	(24)
		(128)	23	33
Variation de valeur des investissements et placements financiers	<i>8-9, 14</i>	1 084	-	821
Effets d'impôt		(59)	(8)	32
		1 025	(8)	853
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat		928	21	933
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres		1 269	14	191
Résultat global		8 943	6 919	5 955
Part des minoritaires		5 034	4 434	3 332
RÉSULTAT GLOBAL, PART DU GROUPE		3 909	2 485	2 623

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.



3. Bilan consolidé

Actif (en millions d'euros)	Notes	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Marques et autres immobilisations incorporelles	5	16 169	16 211	15 913
Écarts d'acquisition	4	14 857	12 550	12 660
Immobilisations corporelles	6	17 929	14 475	13 229
Droits d'utilisation	7	12 409	-	-
Participations mises en équivalence	8	2 903	1 724	1 657
Investissements financiers	9	1 281	1 356	1 038
Autres actifs non courants	10	1 564	985	1 373
Impôts différés	28	2 278	1 937	1 747
Actifs non courants		69 390	49 238	47 617
Stocks et en-cours	11	13 910	12 660	11 045
Créances clients et comptes rattachés	12	3 450	3 222	2 736
Impôts sur les résultats		412	465	789
Autres actifs courants	15	4 392	5 794	6 163
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	6 351	9 135	7 951
Actifs courants		28 515	31 276	28 684
TOTAL DE L'ACTIF		97 905	80 514	76 301

Passif et capitaux propres (en millions d'euros)	Notes	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Capitaux propres, part du Groupe	16	11 883	8 439	6 652
Intérêts minoritaires	18	24 787	22 397	20 241
Capitaux propres		36 670	30 836	26 893
Dette financière à plus d'un an	19	7 525	9 301	12 295
Dettes locatives à plus d'un an	7	10 373	-	-
Provisions et autres passifs non courants	20	3 809	3 266	3 275
Impôts différés	28	5 124	4 603	4 549
Engagements d'achats de titres de minoritaires	21	10 735	9 281	9 177
Passifs non courants		37 566	26 451	29 296
Dette financière à moins d'un an	19	8 555	11 396	9 555
Dettes locatives à moins d'un an	7	2 172	-	-
Fournisseurs et comptes rattachés	22	5 815	5 315	4 541
Impôts sur les résultats		811	549	853
Provisions et autres passifs courants	22	6 316	5 967	5 163
Passifs courants		23 669	23 227	20 112
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES		97 905	80 514	76 301

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

4. Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Écarts de réévaluation				Total des capitaux propres							
		Capital	Primes	Actions Financière Agache	Écarts de conversion	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vigne	Engagements envers le personnel	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
<i>Notes</i>		16.1	16.1	16.5	16.5							18	
Au 31 décembre 2016	3 173 352	51	442	(6)	394	2 875	(36)	341	(54)	8 564	12 571	21 254	33 825
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(322)	(1 368)	77	14	11	2 221	633	(442)	191
Résultat net					-	-	-	-	-	1 990	1 990	3 774	5 764
Résultat global					(322)	(1 368)	77	14	11	4 211	2 625	3 332	5 955
Charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés										29	29	44	73
(Acquisitions)/cessions d'actions auto-détenues					-					-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	31	31
Dividendes et acomptes versés										(317)	(317)	(1 556)	(1 873)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(2)	(2)	101	99
Effets de la cession de Christian Dior Couture à LVMH										(464)	(464)	316	(148)
Effets de l'offre publique sur les titres Christian Dior					64	-	9	90	(11)	(6 972)	(6 820)	(2 515)	(9 335)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					3	-	2	9	1	(943)	(928)	(386)	(1 314)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(40)	(40)	(380)	(420)
Au 31 décembre 2017	3 173 352	51	442	(6)	139	1 507	52	454	(53)	4 066	6 652	20 241	26 893
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					93	(244)	(108)	1	8	236	(14)	28	14
Résultat net					-	-	-	-	-	2 499	2 499	4 406	6 905
Résultat global					93	(244)	(108)	1	8	2 735	2 485	4 454	6 919
Charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés										40	40	47	87
(Acquisitions)/cessions d'actions auto-détenues					-					-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	50	50
Dividendes et acomptes versés										(222)	(222)	(1 942)	(2 164)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(4)	(4)	36	32
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					1	-	-	2	-	(470)	(467)	(247)	(714)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(45)	(45)	(222)	(267)
Au 31 décembre 2018	3 173 352	51	442	(6)	233	1 263	(56)	457	(45)	6 100	8 439	22 397	30 836
Effet des applications de nouvelles normes ^(a)										(12)	(12)	(17)	(29)
Au 1^{er} janvier 2019	3 173 352	51	442	(6)	233	1 263	(56)	457	(45)	6 088	8 427	22 380	30 807
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					121	993	11	11	(45)	32	1 123	146	1 269
Résultat net					-	-	-	-	-	2 786	2 786	4 888	7 674
Résultat global					121	993	11	11	(45)	2 818	3 909	5 034	8 943
Charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés										-	33	42	75
(Acquisitions)/cessions d'actions auto-détenues					-					-	-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	70	70
Dividendes et acomptes versés. Voir Note 16.4										-	(166)	(2 511)	(2 677)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	1	26	27
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires					-	-	-	(1)	-	(318)	(319)	(48)	(367)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(2)	(2)	(206)	(208)
AU 31 DÉC. 2019	3 173 352	51	442	(6)	354	2 256	(45)	467	(90)	8 454	11 883	24 787	36 670

(a) Les effets des changements de normes résultent de l'application d'IFRS 16 Contrats de location à partir du 1^{er} janvier 2019. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.



5. Tableau de variation de la trésorerie consolidée

(en millions d'euros)	Notes	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
I – OPÉRATIONS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		11 255	9 874	8 170
Neutralisation de la part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés commerciales mises en équivalence	8	(10)	5	22
Dotations nettes aux amortissements et provisions		2 700	2 278	2 495
Amortissement des droits d'utilisation		2 408	-	-
Autres retraitements et charges calculées		(268)	(217)	(144)
Capacité d'autofinancement		16 085	11 940	10 543
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(198)	(191)	(161)
Dettes locatives : intérêts payés	7.1	(239)	-	-
Impôt payé relatif aux activités d'exploitation		(2 851)	(2 301)	(2 858)
Variation du besoin en fonds de roulement	15.2	(1 173)	(1 105)	(521)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		11 624	8 343	7 003
II – OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT				
Investissements d'exploitation	15.3	(3 332)	(3 038)	(2 516)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4	(2 478)	(17)	(524)
Dividendes reçus		8	38	47
Impôt payé relatif aux investissements financiers et aux titres consolidés		(1)	(145)	(9)
Investissements financiers nets des cessions	9	(157)	(413)	17
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement		(5 960)	(3 575)	(2 985)
III – OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Dividendes et acomptes versés	15.4	(2 840)	(2 226)	(1 399)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2.4	(390)	(921)	(7 607)
Autres opérations en capital	15.4	57	41	31
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	19	2 840	1 554	14 069
Remboursements d'emprunts et dettes financières	19	(8 155)	(2 676)	(2 981)
Prêts et créances aux sociétés affiliées	19	241	151	211
Remboursements de dettes locatives	7.2	(2 187)	-	-
Acquisitions et cessions de placements financiers	14	1 969	348	(1 839)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(8 466)	(3 729)	485
IV – INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION		39	67	(261)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSorerie (I+II+III+IV)		(2 762)	1 106	4 242
TRÉSorerie NETTE À L'OUVERTURE	15.1	8 937	7 831	3 589
TRÉSorerie NETTE À LA CLÔTURE	15.1	6 175	8 937	7 831
TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ		(3 019)	(2 514)	(2 392)

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

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 exercices présentés :

(en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	11 624	8 343	7 003
Investissements d'exploitation	(3 332)	(3 038)	(2 516)
Remboursements de dettes locatives	(2 187)	-	-
CASH-FLOW DISPONIBLE D'EXPLOITATION^(a)	6 105	5 305	4 487

(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.

Annexe aux comptes consolidés

NOTE 1	PRINCIPES COMPTABLES	140
NOTE 2	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	150
NOTE 3	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	154
NOTE 4	ÉCARTS D'ACQUISITION	156
NOTE 5	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	157
NOTE 6	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	159
NOTE 7	CONTRATS DE LOCATION	162
NOTE 8	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	165
NOTE 9	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	166
NOTE 10	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	166
NOTE 11	STOCKS ET EN-COURS	167
NOTE 12	CLIENTS	168
NOTE 13	AUTRES ACTIFS COURANTS	169
NOTE 14	PLACEMENTS FINANCIERS	169
NOTE 15	TRÉSORERIE ET VARIATIONS DE TRÉSORERIE	169
NOTE 16	CAPITAUX PROPRES	171
NOTE 17	PLANS D' ACTIONS GRATUITES ET ASSIMILÉS	173
NOTE 18	INTÉRÊTS MINORITAIRES	174
NOTE 19	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	176
NOTE 20	PROVISIONS ET AUTRES PASSIFS NON COURANTS	180
NOTE 21	ENGAGEMENTS D'ACHAT DE TITRES DE MINORITAIRES	181
NOTE 22	FOURNISSEURS ET AUTRES PASSIFS COURANTS	182
NOTE 23	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	183
NOTE 24	INFORMATION SECTORIELLE	189
NOTE 25	VENTES ET CHARGES PAR NATURE	193
NOTE 26	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	195
NOTE 27	RÉSULTAT FINANCIER	196
NOTE 28	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	197
NOTE 29	RÉSULTAT PAR ACTION	200
NOTE 30	ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL	200
NOTE 31	ENGAGEMENTS HORS BILAN	203
NOTE 32	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	204
NOTE 33	PARTIES LIÉES	205
NOTE 34	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	206



6. Annexe aux comptes consolidés

NOTE 1 – PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2019 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2019. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2019 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 22 avril 2020.

1.2 Évolutions du référentiel comptable applicable au Groupe

Normes, amendements et interprétations appliquées depuis le 1^{er} janvier 2019

Le Groupe applique la norme IFRS 16 relative aux contrats de location depuis le 1^{er} janvier 2019.

Lors de la conclusion d'un contrat de location, cette norme impose d'enregistrer un passif au bilan correspondant aux paiements futurs actualisés de la part fixe des loyers, en contrepartie de droits d'utilisation à l'actif amortis sur la durée du contrat.

Le Groupe a appliqué la méthode de transition dite « rétrospective modifiée » qui prévoit la comptabilisation d'un passif à la date de transition égal aux seuls loyers résiduels actualisés, en contrepartie d'un droit d'usage ajusté du montant des loyers payés d'avance ou enregistrés en charges à payer ; tous les impacts de la transition ont été enregistrés en contrepartie des capitaux propres. La norme a prévu diverses mesures de simplification lors de la transition, le Groupe a notamment retenu celles permettant d'exclure les contrats d'une durée résiduelle inférieure à douze mois et les contrats portant sur des actifs de faible valeur, de reprendre à l'identique les contrats qualifiés de location-financement selon la norme IAS 17 et de ne pas capitaliser les coûts directement liés à la conclusion des contrats.

Le montant du passif est sensiblement dépendant des hypothèses retenues en matière de durée des engagements et, dans une

moindre mesure, de taux d'actualisation. L'implantation géographique étendue du Groupe le conduit à rencontrer une grande diversité de modalités juridiques dans l'établissement des contrats. La durée du contrat généralement retenue pour le calcul du passif est celle du contrat initialement négocié, sans prise en compte des options de résiliation anticipée ou d'extension, sauf cas particulier.

Le Comité d'Interprétation des normes IFRS (« IFRS IC ») a émis un avis relatif aux modalités d'appréciation de la durée à retenir pour la détermination des dettes locatives lorsque l'engagement de location est inférieur à 12 mois mais que des actifs ont été immobilisés en relation avec ce contrat ; le plus souvent, il s'agit de contrats de location d'emplacements commerciaux renouvelables annuellement par tacite reconduction. Dans ces circonstances, le Groupe constate une dette locative sur une durée cohérente avec la durée d'utilisation prévue des actifs investis.

La norme prévoit que le taux d'actualisation de chaque contrat soit déterminé par référence au taux d'emprunt marginal de la filiale contractante. En pratique, compte tenu de l'organisation du financement du Groupe, porté ou garanti quasi exclusivement par LVMH SE, le taux d'emprunt marginal généralement retenu est la somme du taux sans risque pour la devise du contrat, par référence à sa durée, et du risque de crédit du Groupe pour cette même référence de devise et de durée.

Les droits au bail, précédemment comptabilisés en Immobilisations incorporelles, et les immobilisations corporelles relatives aux obligations de remise en état des locaux pris en location sont désormais présentés au sein des Droits d'utilisation et amortis selon des principes cohérents.

Le Groupe a mis en place un outil informatique dédié pour collecter les données contractuelles et effectuer les calculs imposés par la norme.

L'essentiel des contrats de location portent sur les locaux commerciaux du Groupe (voir le détail présenté en Note 7). Ceux-ci font l'objet d'une gestion dynamique en lien direct avec la conduite des activités des Maisons et leur stratégie de distribution.

Le tableau suivant présente les effets de l'application de la norme IFRS 16 sur le bilan d'ouverture :

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 déc. 2018	Impact de la transition IFRS 16	Au 1 ^{er} janv. 2019
Marques, écarts d'acquisition et immobilisations incorporelles	28 761	(379)	28 382
Immobilisations corporelles	14 475	(355)	14 120
Droits d'utilisation	-	11 867	11 867
Autres actifs non courants	6 002	(13)	5 989
Actifs courants	31 276	(53)	31 223
TOTAL DE L'ACTIF	80 514	11 067	91 581
Capitaux propres part du Groupe	8 439	(12)	8 427
Intérêts minoritaires	22 397	(17)	22 380
Dettes locatives à plus d'un an	-	9 679	9 679
Provisions et autres passifs non courants	26 451	(343)	26 108
Dettes locatives à moins d'un an	-	2 149	2 149
Autres passifs courants	23 227	(389)	22 838
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	80 514	11 067	91 581

Les Dettes locatives s'élèvent à 11,8 milliards d'euros au 1^{er} janvier 2019 et se composent :

- des dettes locatives nouvellement comptabilisées au titre des contrats de location simple existant au 1^{er} janvier 2019 pour 11,5 milliards d'euros, dont 9,4 milliards d'euros à long terme ;
- de la dette sur les contrats de location-financement pour 0,3 milliard d'euros, comptabilisée en dettes financières au 31 décembre 2018.

Le taux d'actualisation moyen des dettes locatives à la date de transition est de 2,2 %.

Les Droits d'utilisation s'élèvent à 11,9 milliards d'euros au 1^{er} janvier 2019 et se composent :

- de la contrepartie des dettes locatives nouvellement comptabilisées pour 11,5 milliards d'euros ;
- de la valeur nette des immobilisations corporelles liées aux contrats de location-financement pour 0,3 milliard d'euros, comptabilisées en Immobilisations corporelles au 31 décembre 2018 ;
- de la valeur nette des droits au bail pour 0,4 milliard d'euros, comptabilisés en Immobilisations incorporelles au 31 décembre 2018 ;
- de divers actifs et passifs relatifs aux contrats de location comptabilisés au 31 décembre 2018 et reclassés en Droits d'utilisation, soit un passif net de -0,3 milliard d'euros, en particulier les passifs liés à la linéarisation des loyers.

L'écart entre les engagements liés aux contrats de location présentés en application d'IAS 17 au 31 décembre 2018 et les dettes locatives évaluées selon IFRS 16 au 1^{er} janvier 2019 s'explique comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	
Engagements donnés au titre des locations simples et concessions au 31 décembre 2018	12 573
Paiements minimums au titre des locations financement au 31 décembre 2018	830
Effet de l'actualisation	(1 953)
Autres	378
DETTES LOCATIVES AU 1^{ER} JANVIER 2019 EN APPLICATION D'IFRS 16	11 828

Les autres effets résultent principalement de la prise en compte de périodes optionnelles qui n'entraient pas dans la définition des engagements hors bilan présentés en application d'IAS 17.

Dans le cadre de la méthode de transition rétrospective modifiée, la norme prohibe le retraitement des exercices comparatifs, ce qui affecte la comparabilité de l'exercice 2019 avec les exercices 2017 et 2018.



L'incidence de l'application d'IFRS 16 sur les états financiers du Groupe au 31 décembre 2019 est la suivante :

Compte de résultat

- le résultat opérationnel courant bénéficie d'un effet favorable de 155 millions d'euros. Celui-ci résulte de la différence entre la charge de loyer qui aurait été comptabilisée selon la norme IAS 17 et l'amortissement des droits d'utilisation selon la norme IFRS 16. En effet, l'amortissement des droits d'utilisation est minoré par rapport aux loyers du fait de l'effet d'actualisation intégré à la valorisation des droits d'utilisation ;
- le résultat financier est affecté négativement, à hauteur de -290 millions d'euros, par les intérêts sur dettes locatives (y compris les intérêts relatifs aux contrats de location-financement, auparavant inclus dans le coût de la dette financière brute). Ceux-ci sont supérieurs à l'effet favorable sur le résultat opérationnel courant en raison de leur dégressivité sur la durée du bail, comparables à des intérêts sur un emprunt dont les annuités sont fixes ;
- après l'impôt sur les bénéfices et la part des minoritaires dans le résultat net, dont le total s'élève à 96 millions d'euros, l'impact sur le résultat net, part du Groupe est négatif de -39 millions d'euros.

Bilan

- la comptabilisation des droits d'utilisation augmente les actifs non courants de 12,0 milliards d'euros ;
- l'enregistrement des dettes locatives augmente le total du passif de 12,0 milliards d'euros, dont 10,0 milliards d'euros à plus d'un an et 2,0 milliards d'euros à moins d'un an.

Le passif relatif aux contrats de location capitalisés est exclu de la définition de la dette financière nette.

Tableau de variation de trésorerie

- la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est favorablement impactée à hauteur de 2 169 millions d'euros, résultant d'un effet positif de 2 408 millions d'euros correspondant à l'amortissement des droits d'utilisation (sans effet sur la trésorerie), et d'un impact négatif de -239 millions d'euros correspondant aux intérêts payés sur dettes locatives ;
- la variation de la trésorerie issue des opérations de financement est négativement impactée par le remboursement de dettes locatives, de -2 187 millions d'euros.

L'incidence de l'application d'IFRS 16 sur le tableau de variation de la trésorerie étant significative en raison de l'importance des loyers fixes pour les activités du Groupe, des indicateurs spécifiques sont utilisés pour les besoins internes de suivi de la performance ainsi qu'à des fins de communication financière, afin de présenter des indicateurs de performance cohérents, indépendamment du caractère fixe ou variable des loyers payés. Ainsi, les paiements relatifs aux loyers fixes capitalisés sont déduits en totalité des flux permettant de calculer l'agrégat intitulé « cash-flow disponible d'exploitation », qui constitue un Indicateur Alternatif de Performance. Le rapprochement entre la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et le cash-flow disponible d'exploitation aux 31 décembre 2019,

2018 et 2017 est présenté au niveau du Tableau de variation de trésorerie.

Le Groupe applique l'interprétation IFRIC 23 relative aux positions fiscales incertaines depuis le 1^{er} janvier 2019. Celle-ci n'a pas eu d'impact significatif sur les états financiers du Groupe.

Le Groupe applique par anticipation l'amendement aux normes IFRS 9, IAS 39 et IFRS 7 relatives aux instruments financiers publié par l'IASB en septembre 2019 dans le cadre de la réforme des taux d'intérêt de référence. Cet amendement permet de faire abstraction des incertitudes liées au devenir des taux de référence, et ainsi de maintenir les relations de couverture du risque de taux jusqu'à la levée de ces incertitudes. Les dérivés de couverture du risque de taux sont présentés en Note 23. L'analyse des impacts liés à la modification à venir des indices de références est en cours.

En raison de l'application des nouvelles normes entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2019, en particulier de la norme IFRS 16, la présentation du bilan et du tableau de variation de trésorerie a été modifiée et simplifiée afin d'en faciliter la lecture. Les engagements d'achat de titres de minoritaires ont notamment été isolés au passif du bilan tandis que d'autres postes ont été regroupés, les éléments de détail ayant été insérés dans des notes annexes complémentaires.

1.3 Première adoption des IFRS

Les premiers comptes établis par le Groupe en conformité avec les normes IFRS l'ont été au 31 décembre 2005 avec une date de transition au 1^{er} janvier 2004. La norme IFRS 1 prévoyait des exceptions à l'application rétrospective des normes IFRS à la date de transition ; celles retenues par le Groupe ont notamment été les suivantes :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. Le groupe Financière Agache a retraité rétrospectivement les acquisitions réalisées depuis 1988, date de première consolidation de LVMH et toutes les acquisitions postérieures ont été retraitées conformément à la norme IFRS 3. Les normes IAS 36 Dépréciations d'actifs et IAS 38 Immobilisations incorporelles ont été appliquées rétrospectivement depuis cette date ;
- conversion des comptes des filiales hors zone euro : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales hors zone euro ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves ».

1.4 Présentation des états financiers

Soldes intermédiaires du compte de résultat

L'activité principale du Groupe est la gestion et le développement de ses marques et enseignes. Le résultat opérationnel courant provient de ces activités, qu'il s'agisse d'opérations récurrentes ou non récurrentes, principales ou accessoires.

Les « Autres produits et charges opérationnels » comprennent les éléments constitutifs du résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie des activités et du résultat opérationnel

courants du Groupe. Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre, des dépréciations d'écart d'acquisition ainsi que des dépréciations et amortissements des marques et enseignes.

Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des effets de certaines transactions inhabituelles, telles les plus ou moins-values de cession d'actifs immobilisés, les frais de restructuration, les frais liés à des litiges, ou tout autre produit ou charge non courants susceptibles d'affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

Tableau de variation de trésorerie

La variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est déterminée sur la base du résultat opérationnel, qui est ajusté des transactions n'ayant aucun effet sur la trésorerie. En outre :

- les dividendes reçus sont présentés en fonction de la nature des participations concernées, soit, pour les sociétés commerciales consolidées par mise en équivalence, au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et, pour les sociétés non opérationnelles consolidées par mise en équivalence et les sociétés non consolidées, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers ;
- l'impôt payé est présenté en fonction de la nature des transactions dont il est issu : au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation pour la part relative aux transactions d'exploitation, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers pour la part relative aux transactions sur investissements et placements financiers, en particulier l'impôt payé sur les résultats de cession, au sein de la Variation de trésorerie issue des opérations en capital pour la part relative aux transactions sur les capitaux propres, en particulier les impôts de distribution liés aux versements de dividendes.

1.5 Utilisation d'estimations

Dans le cadre du processus d'établissement des comptes consolidés, l'évaluation de certains soldes du bilan ou du compte de résultat nécessite l'utilisation d'hypothèses, estimations ou appréciations. Il s'agit notamment de la valorisation des actifs incorporels (voir Note 5), de la valorisation des contrats de locations (voir Note 7), des engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Notes 1.12 et 21), de la détermination du montant des provisions pour risques et charges et des positions fiscales incertaines (voir Note 20) ou des provisions pour dépréciation des stocks (voir Notes 1.17 et 11) et, le cas échéant, des actifs d'impôts différés (voir Note 28). Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou de situations existantes à la date d'établissement des comptes, peuvent se révéler, ultérieurement, différentes de la réalité.

1.6 Méthodes de consolidation

Les filiales, dans lesquelles le Groupe exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif, en droit ou en fait, sont consolidées par intégration globale.

Les sociétés sous contrôle conjoint, ainsi que les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont consolidées

selon la méthode de la mise en équivalence. Ces entités, bien que sous contrôle conjoint, sont pleinement intégrées aux activités opérationnelles du Groupe si leur activité s'y rattache. Financière Agache présente leur résultat net, ainsi que celui des activités mises en équivalence (voir Note 8), sur une ligne distincte au sein du résultat opérationnel courant.

Pour les sociétés non opérationnelles mises en équivalence, leur résultat net est présenté sur une ligne distincte du résultat financier.

Lorsqu'un investissement dans une participation consolidée selon la méthode de mise en équivalence prévoit un paiement conditionné par la réalisation de performances futures (« earn out »), le montant estimé du paiement conditionnel futur est inclus dans le coût initial d'acquisition inscrit au bilan en contrepartie d'un passif financier. La différence éventuelle entre l'estimation initiale et le paiement effectif est enregistrée dans la valeur des participations mises en équivalence, sans effet sur le compte de résultat.

Les actifs et passifs, produits et charges des filiales de distribution des Vins et Spiritueux détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part correspondant aux seules activités du Groupe (voir Note 1.26).

L'intégration, individuellement ou collectivement, des sociétés non consolidées (voir Liste des sociétés non incluses dans la consolidation) n'aurait pas d'impact significatif sur les principaux agrégats du Groupe.

1.7 Conversion des états financiers des entités hors zone euro

La devise d'établissement des comptes consolidés est l'euro ; les comptes des entités utilisant une monnaie fonctionnelle différente sont convertis en euros :

- aux cours de clôture pour les postes du bilan ;
- aux cours moyens de la période pour les éléments du compte de résultat.

Les différences de change résultant de l'application de ces cours sont inscrites dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

1.8 Opérations en devises et couvertures de change

Les opérations réalisées par les sociétés consolidées dans des devises autres que leur monnaie fonctionnelle sont converties dans leur monnaie fonctionnelle aux cours des devises à la date de ces opérations.

Les créances et dettes exprimées en devises autres que la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont converties aux cours de ces devises à la date de clôture. Les pertes et gains de change latents résultant de cette conversion sont enregistrés :

- en coût des ventes pour les opérations à caractère commercial ;
- en résultat financier pour les opérations de nature financière.



Les pertes et gains de change résultant de la conversion et de l'élimination d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe exprimées dans une monnaie différente de la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont enregistrés au compte de résultat, à moins qu'ils ne proviennent d'opérations de financement intra-Groupe à long terme pouvant être considérées comme des opérations en capital : ils sont dans ce cas inscrits dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

Les instruments dérivés affectés à la couverture d'opérations commerciales, financières ou patrimoniales sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché (voir Note 1.9) à la date de clôture. La variation de valeur de ces instruments dérivés au titre des parts efficaces est enregistrée comme suit :

- pour les couvertures à caractère commercial :
 - en coût des ventes pour les couvertures de créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture,
 - en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation », pour les couvertures de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré en coût des ventes lors de la comptabilisation des créances et dettes objets de la couverture ;
- pour les couvertures à caractère patrimonial (couverture de situations nettes de filiales dont la monnaie fonctionnelle est différente de l'euro), au sein des capitaux propres, en « Écarts de conversion », ce montant étant transféré en compte de résultat lors de la cession ou de la liquidation (partielle ou totale) de la filiale dont la situation nette est couverte ;
- pour les couvertures à caractère financier, en Résultat financier, au sein des Autres produits et charges financiers.

Les actifs et passifs évalués à leur juste valeur au bilan sont les suivants :

	Modalités de détermination de la juste valeur	Montants à la date de clôture
Terres à vigne	Sur la base de transactions récentes portant sur des actifs similaires. Voir Note 1.13.	Note 6
Vendanges	Sur la base des prix d'achat de raisins équivalents. Voir Note 1.17.	Note 11
Instruments dérivés	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés. Voir Note 1.22.	Note 23
Dettes financières couvertes contre le risque de variation de valeur résultant de l'évolution des taux d'intérêt	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés. Voir Note 1.21.	Note 19
Dettes au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires dont la formule de prix est la juste valeur	Généralement, sur la base des multiples boursiers de sociétés comparables. Voir Note 1.12.	Note 21
Investissements et placements financiers	Actifs cotés : cotation boursière au cours de clôture de la date d'arrêté. Actifs non cotés : estimation de leur valeur de réalisation, soit selon des formules de calcul reposant sur des données de marché, soit sur la base de cotations privées. Voir Note 1.16.	Note 9, Note 14
Trésorerie et équivalents de trésorerie (parts de SICAV et FCP)	Sur la base de la valeur liquidative en date de clôture. Voir Note 1.19.	Note 15

Aucun autre actif ou passif n'a été réévalué à sa valeur de marché à la date de clôture.

Les variations de valeur de ces instruments dérivés liées aux points de terme des contrats à terme ainsi qu'à la valeur temps des contrats d'options sont enregistrées comme suit :

- pour les couvertures à caractère commercial en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ». Le coût des contrats à terme (points de terme) et des options (primes) est transféré en Autres produits et charges financiers à la réalisation de la transaction couverte ;
- pour les couvertures à caractère patrimonial et financier, les charges et produits liés aux points de terme sont enregistrés prorata temporis en Coût de la dette financière brute sur la durée des instruments de couverture. L'écart entre les montants comptabilisés en Résultat financier et la variation de valeur liée aux points de terme est comptabilisé en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ».

En l'absence de relation de couverture, les variations de valeur de marché des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Voir également Note 1.21 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

1.9 Évaluation à la juste valeur

La juste valeur (ou valeur de marché) correspond, pour les actifs, au prix de vente qui serait obtenu en cas de cession et, pour les passifs, au montant qui serait versé pour les transférer, ces transactions hypothétiques étant conclues dans des conditions de négociation normales.

1.10 Marques et autres immobilisations incorporelles

Seules les marques et enseignes acquises, individualisables et de notoriété reconnue sont inscrites à l'actif, selon leur valeur de marché à la date de leur acquisition.

Les marques et enseignes sont évaluées à titre principal par la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés ou sur la base des transactions comparables, méthode utilisant les multiples de chiffre d'affaires et de résultat retenus lors de transactions récentes portant sur des marques similaires, ou sur la base des multiples boursiers applicables aux activités concernées. D'autres méthodes sont utilisées à titre complémentaire : la méthode des royalties, donnant à la marque une valeur équivalente à la capitalisation des royalties qu'il faudrait verser pour son utilisation ; la méthode du différentiel de marge, applicable lorsqu'il est possible de mesurer la différence de revenus générée par une marque, par référence à un produit similaire sans marque ; enfin, la méthode du coût de reconstitution d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité et de promotion.

Les frais engagés pour créer une marque nouvelle ou développer une marque existante sont enregistrés en charges.

Les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles à durée de vie définie sont amorties sur la durée estimée de leur utilisation. Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée d'utilisation définie ou indéfinie résulte en particulier de l'application des critères suivants :

- positionnement global de la marque ou enseigne sur son marché en termes de volume d'activité, de présence internationale, de notoriété ;
- perspectives de rentabilité à long terme ;
- degré d'exposition aux aléas conjoncturels ;
- événement majeur intervenu dans le secteur d'activité et susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

Les marques dont la durée d'utilisation est définie sont amorties sur une période comprise entre 5 et 20 ans, en fonction de l'estimation de la durée de leur utilisation.

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles suivant la méthodologie présentée en Note 1.15.

Les frais de recherche ne sont pas immobilisés. Les frais de développement d'un nouveau produit ne sont immobilisés que si la décision de lancement de ce produit est effectivement prise.

Les immobilisations incorporelles autres que les marques et enseignes sont amorties sur les durées suivantes :

- droits liés aux contrats de sponsoring et de partenariats médiatiques : sur la durée des contrats, selon les modalités d'exploitation des droits ;
- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels, sites internet : 1 à 5 ans.

1.11 Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

Lors de la prise de contrôle d'une entreprise en droit ou en fait, les actifs, passifs et passifs éventuels de l'entreprise acquise sont évalués à leur valeur de marché à la date de prise de contrôle ; la différence entre le coût de la prise de contrôle et la quote-part du Groupe dans la valeur de marché de ces actifs, passifs et passifs éventuels est inscrite en écart d'acquisition.

Le coût de la prise de contrôle est le prix payé par le Groupe dans le cadre d'une acquisition, ou l'estimation de ce prix si l'opération se fait sans versement de trésorerie, à l'exclusion des frais liés à l'acquisition qui sont présentés en « Autres produits et charges opérationnels ».

La différence entre la valeur comptable des intérêts minoritaires acquis postérieurement à la prise de contrôle et le prix payé pour leur acquisition est comptabilisée en déduction des capitaux propres.

Les écarts d'acquisition sont comptabilisés dans la devise fonctionnelle de l'entité acquise.

Les écarts d'acquisition ne sont pas amortis mais font l'objet d'un test de perte de valeur annuel suivant la méthodologie présentée en Note 1.15. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

1.12 Engagements d'achat de titres de minoritaires

Les actionnaires minoritaires de certaines filiales consolidées par intégration globale bénéficient de promesses d'achat de leurs titres octroyées par le Groupe.

En l'absence de dispositions spécifiques des normes IFRS, le Groupe comptabilise ces engagements de la façon suivante :

- la valeur de l'engagement à la date de la clôture figure en Engagements d'achat de titres de minoritaires », au passif du bilan ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont annulés ;
- pour les engagements contractés antérieurement au 1^{er} janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires annulés est maintenue à l'actif du bilan, en écart d'acquisition, ainsi que les variations ultérieures de cette différence. Pour les engagements contractés à compter du 1^{er} janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires est enregistrée en déduction des capitaux propres, en « Autres réserves ».

Ce mode de comptabilisation n'a pas d'effet sur la présentation des intérêts minoritaires au compte de résultat.



1.13 Immobilisations corporelles

La valeur brute des immobilisations corporelles à l'exception des terres à vigne est constituée de leur coût d'acquisition.

Les frais financiers supportés au cours de la période précédant la mise en exploitation ou durant la période de construction sont immobilisés.

Les terres à vigne sont comptabilisées à leur valeur de marché à la date de clôture. Cette valeur résulte de données officielles publiées sur les transactions récentes dans la même région. L'écart entre le coût d'acquisition historique et la valeur de marché est inscrit en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ». Si la valeur de marché devient inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est comptabilisée en résultat, du montant de la différence.

Les immeubles majoritairement occupés par des tiers sont présentés en immeubles locatifs, à leur coût d'acquisition, sans réévaluation à valeur de marché.

La base amortissable des immobilisations corporelles est constituée du coût d'acquisition de leurs composants, diminué de la valeur résiduelle ; la valeur résiduelle correspond à l'estimation de valeur de revente de l'immobilisation au terme de la période d'utilisation.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation ; les durées retenues sont les suivantes :

- constructions, immeubles locatifs 20 à 100 ans ;
- matériels et installations 3 à 25 ans ;
- agencements 3 à 10 ans ;
- vignobles 18 à 25 ans.

Les frais d'entretien et de réparation sont comptabilisés en charges lors de leur réalisation.

1.14 Contrats de location

Voir Note 1.2 concernant les modalités de première application, depuis le 1^{er} janvier 2019, de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location.

1.15 Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont réalisés pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte de valeur apparaît (suite notamment à des modifications importantes survenues dans les conditions d'exploitation de l'actif), et au moins une fois par an pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, principalement les marques, enseignes et écarts d'acquisition. Lorsque la valeur nette comptable de ces actifs à durée de vie indéfinie devient supérieure au montant le plus élevé de leur valeur d'utilité ou de marché, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence ; la dépréciation, imputée en priorité sur l'écart d'acquisition, est comptabilisée en « Autres produits et charges opérationnels ».

La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie futurs actualisés qui seront générés par ces actifs. La valeur de marché de l'actif est déterminée par référence à des transactions similaires récentes ou à des évaluations réalisées par des experts indépendants dans une perspective de cession.

Les flux de trésorerie prévisionnels sont établis au niveau du Groupe par secteur d'activité, un secteur d'activité correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de Direction dédiée. Au sein du secteur d'activité, peuvent être déterminées des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de boutiques.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluri-annuels établis par la direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. À la valeur résultant des flux de trésorerie prévisionnels actualisés s'ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Les taux d'actualisation sont définis par groupe d'activités, par référence à des sociétés exerçant des activités comparables. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels reflète le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux.

1.16 Investissements et placements financiers

Les actifs financiers sont présentés en actifs non courants (« Investissements financiers ») ou en actifs courants (« Placements financiers ») selon leur nature.

Les investissements financiers comprennent les prises de participation, stratégiques et non stratégiques, si la durée estimée et le mode de leur détention le justifient.

Les placements financiers (présentés au sein des « Autres actifs courants, voir Note 12) incluent des placements temporaires en actions, parts de SICAV, ou Fonds Commun de Placement (FCP) et assimilés, à l'exclusion des placements relevant de la gestion de trésorerie au jour le jour, qui sont comptabilisés en « Trésorerie et équivalents de trésorerie » (Voir Note 1.19).

Investissements et placements financiers sont évalués au cours de clôture s'il s'agit d'actifs cotés, et, s'il s'agit d'actifs non cotés, sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation, effectuée soit selon des formules de calcul reposant sur des cotations de marché, soit sur la base de cotations privées à la date de clôture.

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en Résultat financier par le groupe LVMH (au sein des Autres produits et charges financiers) pour l'ensemble des titres détenus en portefeuille au cours des périodes publiées.

À son niveau, Financière Agache intègre, sans retraitement, les données du groupe LVMH. Pour ce qui concerne les investissements et placements financiers des filiales consolidées hors

périmètre LVMH, comme l'y autorise la norme IFRS 9, Financière Agache a opté pour la présentation en capitaux propres (au sein des écarts de réévaluation relatifs aux investissements et placements financiers). Néanmoins, Financière Agache se réserve la possibilité de choisir, ligne par ligne, le mode de comptabilisation de leur variation de valeur de marché, soit en résultat financier, soit directement en capitaux propres pour ses futurs investissements et placements financiers.

1.17 Stocks et en-cours

À l'exception des vins produits par le Groupe, les stocks sont comptabilisés à leur prix de revient, hors frais financiers. Le prix de revient est constitué du coût de production (produits finis), ou du prix d'achat majoré des frais accessoires (matières premières, marchandises) ; il ne peut excéder la valeur nette de réalisation.

Les stocks de vins produits par le Groupe, en particulier les vins de champagne, sont évalués sur la base de la valeur de marché de la vendange correspondante déterminée par référence au prix moyen d'achat de raisins équivalents, comme si les raisins récoltés avaient été acquis auprès de tiers. Jusqu'à la date de vendange, l'évaluation des raisins, comptabilisée prorata temporis, se fait sur la base d'un rendement et d'une valeur de marché estimés.

Les mouvements de stocks sont valorisés, selon les métiers, au coût moyen pondéré ou par la méthode « Premier entré – premier sorti » (FIFO).

Compte tenu du processus de vieillissement nécessaire au champagne et aux spiritueux (cognac, whisky), la durée de détention de ces stocks est le plus souvent supérieure à un an. Ces stocks restent classés en actifs courants conformément à l'usage de la profession.

Les dépréciations de stocks sont constatées principalement dans les activités autres que Vins et Spiritueux. Elles sont établies le plus souvent en raison de l'obsolescence des produits concernés (saison ou collection terminées, date limite d'utilisation proche...) ou sur la base de leurs perspectives d'écoulement.

1.18 Créances clients, autres créances et prêts

Les créances clients, autres créances et prêts sont comptabilisés au coût amorti correspondant à leur valeur nominale. La part des créances et prêts non couverts par une assurance-crédit donne lieu à l'enregistrement d'une dépréciation dès l'enregistrement des créances, à hauteur des pertes attendues à l'échéance. Celle-ci reflète la probabilité de défaut des contreparties et le taux de perte attendue, évalués, selon les cas, sur la base de statistiques historiques, d'informations communiquées par les agences de crédit, ou de notes attribuées par les agences de notation.

Lorsque l'échéance des créances et prêts est supérieure à un an, leur montant fait l'objet d'un calcul d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.19 Trésorerie et équivalents de trésorerie

La ligne « Trésorerie et équivalents de trésorerie » inclut les liquidités ainsi que les placements monétaires immédiatement disponibles dont la valeur dans le temps présente un risque de variation négligeable.

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché basée sur le cours de bourse et sur le cours de change à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

1.20 Provisions

Une provision est comptabilisée dès lors qu'existe une obligation, vis-à-vis d'un tiers, entraînant pour le Groupe un décaissement probable dont le montant peut être évalué de façon fiable. Voir également Notes 1.24 et 20.

Lorsque la date d'exécution de cette obligation est au-delà d'un an, le montant de la provision fait l'objet d'un calcul d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.21 Dettes financières

Les dettes financières sont comptabilisées au coût amorti, c'est à dire à leur valeur nominale nette des primes et frais d'émission qui sont enregistrés progressivement en résultat financier jusqu'à l'échéance, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

En cas de couverture du risque de variation de valeur de la dette financière résultant de l'évolution des taux d'intérêt, le montant couvert de la dette, ainsi que les instruments de couverture associés, figurent au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; les effets de cette réévaluation sont enregistrés en résultat financier, au niveau des « Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux ». Voir Note 1.9 concernant l'évaluation à valeur de marché de la dette couverte. Les charges et produits d'intérêt relatifs aux instruments de couverture sont enregistrés en Résultat financier au niveau du « Coût de la dette financière brute ».

En cas de couverture du risque d'évolution de la charge d'intérêt future, la dette financière dont les flux sont couverts reste comptabilisée au coût amorti, la variation de valeur de la part efficace de l'instrument de couverture étant enregistrée dans les capitaux propres en « Écarts de réévaluation ».

En l'absence de relation de couverture, ou pour la partie inefficace des couvertures, les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

La dette financière nette est constituée des dettes financières à plus et moins d'un an et de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt, sous déduction du montant des investissements financiers en couverture de dette financière, des placements financiers, de la trésorerie et équivalents de trésorerie à la date de clôture ainsi que de la valeur de marché à cette date des instruments dérivés sur risque de change associés à l'un de ces éléments.



1.22 Instruments dérivés

Le Groupe négocie des instruments financiers dérivés dans le cadre de sa stratégie de couverture des risques de change, de taux d'intérêt et d'or.

Concernant la couverture du risque de change commercial, financier ou patrimonial, le Groupe a recours à des options, des contrats à terme, des swaps cambistes, et des cross-currency swaps. Les valeurs temps des options, la composante points de terme des contrats à terme et des swaps cambistes ainsi que la composante foreign currency basis spread des cross-currency swaps sont systématiquement exclues de la relation de couverture. Par conséquent, seule la valeur intrinsèque des instruments est considérée comme instrument de couverture. Concernant les éléments couverts (flux de trésorerie futurs en devises, dettes et créances commerciales ou financières en devises, situations nettes de filiales dont la monnaie fonctionnelle est différente de l'euro), seule leur variation de valeur au titre du risque de change est considérée comme élément couvert. Ainsi, l'alignement des principales caractéristiques des instruments (nominatifs, devises, échéances) de couverture avec celles des éléments couverts permet une parfaite compensation des variations de valeur.

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.8 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.20 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

La valeur de marché est établie sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés.

Les instruments dérivés dont la maturité est supérieure à douze mois sont présentés en actifs et passifs non courants.

1.23 Actions Financière Agache, Christian Dior et LVMH auto-détenues

Actions auto-détenues Financière Agache

Les actions Financière Agache détenues par le Groupe, sont comptabilisées à leur coût d'acquisition, en déduction des capitaux propres consolidés, quel que soit l'objet de leur détention.

En cas de cession, le prix de revient des actions cédées est établi selon la méthode « Premier entré – premier sorti » (FIFO). Les résultats de cession sont inscrits directement en capitaux propres.

Actions auto-détenues Christian Dior et LVMH

Les achats/ventes par Christian Dior et LVMH de leurs propres titres et les augmentations de capital de LVMH S.E. en faveur des bénéficiaires des options de souscription d'actions, à l'origine de variations de pourcentage d'intérêt du groupe Financière Agache dans Christian Dior et dans LVMH, sont traités dans les comptes consolidés du groupe Financière Agache comme des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées.

Depuis le 1^{er} janvier 2010, en raison de la révision d'IFRS 3, les variations de pourcentage du groupe Financière Agache dans Christian Dior et dans LVMH sont enregistrées dans les capitaux propres.

Cette disposition étant d'application prospective, les écarts d'acquisition comptabilisés jusqu'au 31 décembre 2009 ont été maintenus à l'actif du bilan.

1.24 Retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Lorsque les régimes d'indemnités de départ à la retraite, de retraites, de participation aux frais médicaux ou autres prévoient le versement par le Groupe de cotisations à des organismes extérieurs responsables du paiement ultérieur des indemnités, des retraites ou de la participation aux frais médicaux, ces cotisations sont comptabilisées dans les charges de l'exercice au titre duquel elles sont dues, aucun passif n'étant comptabilisé au bilan.

Lorsque le versement des indemnités de départ à la retraite, des retraites, de la participation aux frais médicaux ou autres sont à la charge du Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant donne lieu à provision au bilan. La variation de cette provision est comptabilisée :

- en résultat opérationnel courant de l'exercice, pour la part correspondant au service rendu par les employés durant l'exercice et au coût financier net de l'exercice ;
- en gains et pertes enregistrés en capitaux propres, pour la part liée à l'évolution des hypothèses actuarielles et aux écarts entre les données projetées et les données réelles (« effets d'expérience »).

Si cet engagement est couvert, partiellement ou en totalité, par des fonds versés par le Groupe à des organismes financiers, le montant de ces placements dédiés vient en déduction de l'engagement actuariel au bilan.

L'engagement actuariel est calculé sur la base d'évaluations spécifiques au pays et à la société du Groupe concernée ; ces évaluations intègrent notamment des hypothèses de taux d'actualisation, de progression des salaires, d'inflation, d'espérance de vie, et de rotation des effectifs.

1.25 Impôts courants et différés

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible des différentes sociétés consolidées et l'impôt différé résultant des différences temporelles et la variation des positions fiscales incertaines.

Les différences temporelles entre les valeurs en consolidation des éléments d'actif et de passif, et celles résultant de l'application de la réglementation fiscale, donnent lieu à la constatation d'impôts différés.

Le taux d'impôt retenu pour le calcul des impôts différés est celui connu à la date de clôture ; les effets des changements de taux sont enregistrés sur la période au cours de laquelle la décision de ce changement est prise.

Les économies d'impôt résultant de déficits fiscaux reportables sont enregistrées en impôts différés actifs, et dépréciées si estimées non recouvrables, seul le montant dont l'utilisation est probable étant maintenu à l'actif du bilan.

Les actifs et passifs d'impôts différés ne sont pas actualisés.

Les impôts dus au titre des réserves distribuables des filiales font l'objet de provisions à hauteur des distributions envisagées.

1.26 Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

Les ventes incluent principalement des ventes au détail dans le cadre des boutiques du Groupe (incluant les sites de e-commerce) et des ventes de gros à des distributeurs et agents. Sont assimilées à des opérations au détail les ventes effectuées dans le cadre de boutiques appartenant à des tiers si les risques et avantages liés à la propriété du stock sont conservés par le Groupe.

Les ventes au détail proviennent des activités Mode et Maroquinerie, Distribution sélective, ainsi que de certaines marques de Montres et Joaillerie ou de Parfums et Cosmétiques. Ces ventes sont comptabilisées lors de l'achat par la clientèle.

Les ventes de gros proviennent essentiellement des activités Vins et Spiritueux et de certaines marques de Parfums et Cosmétiques ou de Montres et Joaillerie. Ces ventes sont comptabilisées lors du transfert de propriété.

Les frais d'expédition et de transport refacturés aux clients ne sont compris dans les ventes que lorsqu'ils sont inclus forfaitairement dans le prix des produits facturés.

Les ventes de services, qui concernent principalement les Autres activités, sont comptabilisées lors de la réalisation de la prestation.

Les ventes sont présentées nettes de toutes formes de remises et ristournes. En particulier, les sommes permettant le référencement des produits ou correspondant à des accords de participation publicitaire avec le distributeur viennent en déduction des ventes correspondantes.

Provision pour retours de produits

Les sociétés du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et dans une moindre mesure des activités Mode et Maroquinerie, ou Montres et Joaillerie, peuvent reprendre auprès de leurs clients et distributeurs les produits invendus ou périmés.

Lorsque cette pratique est établie, les ventes enregistrées sont diminuées d'un montant correspondant à une estimation de ces retours, en contrepartie d'une provision comptabilisée au sein des « Autres passifs courants » (Voir Note 22.2) et d'une inscription en stocks. Le taux de retour retenu pour l'établissement de ces estimations est calculé sur la base de statistiques historiques.

Activités en partenariat avec Diageo

Une partie significative des ventes des activités Vins et Spiritueux est réalisée dans le cadre d'accords de distribution avec Diageo, consistant le plus souvent en un partenariat dans des entités communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du compte de résultat et du bilan de ces entités entre le Groupe et Diageo étant régi par les accords de distribution. Selon ces accords, les actifs et passifs, produits et charges des entités concernées sont consolidés à hauteur de la part correspondant aux seules activités du Groupe.

1.27 Frais de publicité et de promotion

Les frais de publicité et de promotion incluent le coût de la réalisation des supports publicitaires, des achats d'espaces média, de la fabrication d'échantillons et de catalogues et de manière générale, le coût de l'ensemble des activités destinées à la promotion des marques et produits du Groupe.

Les frais de publicité et de promotion sont enregistrés au sein des charges commerciales lors de leur réception ou de leur production, s'il s'agit de biens, ou lors de la réalisation des prestations s'il s'agit de services.

1.28 Plans d'actions gratuites et assimilés

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'estimation du gain est calculée sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant mis en place le plan et sous déduction du montant des dividendes anticipés sur la période d'acquisition des droits.

Une décote peut être appliquée à la valeur des actions gratuites ainsi calculée pour tenir compte, le cas échéant, d'une période d'incessibilité.

Pour l'ensemble des plans, la charge d'amortissement est répartie linéairement en résultat sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie des réserves au bilan.

En cas de plan de rémunérations liée au cours de l'action LVMH et dénoué en numéraire, l'estimation du gain est réévaluée à chaque clôture du cours de l'action LVMH à cette date, et enregistrée en charge prorata temporis sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie d'une provision au bilan.

Au-delà de cette date et jusqu'à dénouement, la variation de l'espérance de gain résultant de la variation du cours de l'action LVMH est enregistrée en compte de résultat.

1.29 Résultat par action

Le résultat par action est calculé sur la base du nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice, sous déduction du nombre moyen d'actions auto-détenues.

Le résultat par action après dilution est établi, le cas échéant, sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution. Les instruments dilutifs émis par les filiales sont également pris en compte dans la détermination du résultat net, part du Groupe après dilution.



NOTE 2 – VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES

2.1 Exercice 2019

Belmond

Le 17 avril 2019, conformément à l'accord de transaction annoncé le 14 décembre 2018 et approuvé par les actionnaires de Belmond le 14 février 2019, LVMH a acquis, en numéraire, la totalité des actions Class A de Belmond Ltd au prix unitaire de 25 dollars US, soit 2,2 milliards de dollar US. Après prise en

compte des titres acquis sur le marché en décembre 2018, la valeur comptable de la participation dans Belmond s'établit à 2,3 milliards d'euros. Suite à cette acquisition, les actions Class A de Belmond ne sont plus cotées à la Bourse de New York.

Belmond, présent dans 24 pays, détient et exploite un portefeuille exceptionnel d'hôtels et d'expériences de voyage de très haut de gamme dans les destinations les plus désirables et prestigieuses au monde.

Le tableau suivant présente les modalités provisoires d'allocation du prix payé par LVMH au 17 avril 2019, date de prise de contrôle :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation provisoire au 30 juin 2019	Modifi- cations	Allocation provisoire au 31 déc. 2019
Marque et autres immobilisations incorporelles	6	141	147
Immobilisations corporelles	1 119	1 193	2 312
Autres actifs courants et non courants	202	109	311
Dette financière nette	(586)	(18)	(604)
Impôts différés	(80)	(354)	(434)
Passifs courants et non courants	(335)	(31)	(366)
Intérêts minoritaires	(1)	-	(1)
Actif net acquis	325	1 040	1 365
Écart d'acquisition provisoire	1 928	(1 040)	888
Valeur comptable de la participation au 17 avril 2019	2 253	-	2 253

Les montants présentés dans le tableau ci-dessus sont issus des comptes non audités de Belmond à la date de prise de contrôle. Une allocation provisoire du prix d'acquisition a été réalisée. Les principales réévaluations concernent le patrimoine immobilier à hauteur de 1 193 millions d'euros, et la marque Belmond pour un montant de 140 millions d'euros.

La valeur comptable de la participation à la date de prise de contrôle inclut les titres acquis en 2018 pour un montant de 274 millions d'euros.

Au cours de l'exercice, l'acquisition des titres Belmond et le paiement de coûts liés à la prise de contrôle ont généré un décaissement de 2 006 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 101 millions d'euros. Consécutivement à la prise de contrôle, les dettes bancaires à long terme de Belmond ont été remboursées à hauteur de 560 millions d'euros.

Les ventes et le résultat opérationnel courant de Belmond consolidés depuis la date de prise de contrôle sont, respectivement, de 466 millions d'euros et 94 millions d'euros. Pour l'ensemble de l'année 2018, les ventes consolidées de Belmond ont été de 577 millions de dollars US, pour un résultat opérationnel de 12 millions de dollars US.

Stella McCartney

Dans le cadre de l'accord annoncé en juillet 2019 visant à accélérer le développement de la Maison Stella McCartney, LVMH a acquis en novembre 2019 une participation de 49% dans la Maison Stella McCartney, consolidée selon la méthode de mise en équivalence, voir Note 8.

Château du Galoupet

En juin 2019, le Groupe a acquis la totalité du domaine du Château du Galoupet, Cru Classé des Côtes-de-Provence depuis 1955. Ce domaine, d'une superficie de 68 hectares d'un seul tenant, se situe à La Londe-les-Maures (France), et produit essentiellement des vins rosés.

Château d'Esclans

Fin novembre 2019, le Groupe a acquis 55 % du domaine du Château d'Esclans. Ce domaine, situé à La Motte (France), produit exclusivement des vins rosés de réputation mondiale, notamment les cuvées *Garrus* et *Whispering Angel*.

2.2 Exercice 2018

Au deuxième semestre 2018, LVMH a acquis les 20 % du capital de Fresh non encore détenus ; le prix payé a donné lieu à la comptabilisation d'un écart d'acquisition définitif, comptabilisé jusqu'à cette date en « Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires ».

Le tableau suivant présente les modalités définitives d'allocation du prix payé par LVMH :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation définitive du prix d'acquisition
Marque	475
Immobilisations incorporelles et corporelles	145
Autres actifs non courants	5
Provisions à plus d'un an	(31)
Actifs circulants	119
Passifs circulants	(62)
Dette financière nette	(57)
Impôts différés	(150)
Actif net acquis	444
Intérêts minoritaires (20 %)	(89)
Actif net part du Groupe chez LVMH (80 %)	355
Écart d'acquisition	285
Valeur comptable de la participation au 2 janvier 2017	640

En 2017, les ventes consolidées de Rimowa ont été de 417 millions d'euros, pour un résultat opérationnel courant de 9 millions d'euros.

La marque Rimowa, de 475 millions d'euros, a été évaluée selon la méthode des redevances. L'écart d'acquisition, de 285 millions d'euros, est représentatif du savoir-faire et de la capacité d'innovation mondialement reconnue de Rimowa dans le domaine du bagage de haute qualité.

Les frais d'acquisition de Rimowa ont été enregistrés en « Autres produits et charges opérationnels » ; ils représentent un montant de 1 million d'euros en 2017, en complément des frais enregistrés en 2016 pour un montant de 3 millions d'euros, voir Note 26.

2.3 Exercice 2017

2.3.1 Mode et Maroquinerie

Rimowa

Le 23 janvier 2017, conformément à l'accord de transaction annoncé le 4 octobre 2016, LVMH a acquis, pour un montant de 640 millions d'euros, avec un effet au 2 janvier 2017, une participation de 80 % dans Rimowa, malletier et maroquinier fondé à Cologne en 1898 réputé pour ses bagages innovants de haute qualité. Le capital non acquis, soit 20 %, fait l'objet d'une promesse d'achat par LVMH, exerçable à partir de 2020. La différence, de 71 millions d'euros, entre la valeur de l'engagement d'achat (enregistré en Engagements d'achat de titres de minoritaires, voir Note 21) et les intérêts minoritaires a été portée en déduction des réserves consolidées. Rimowa a été consolidé par LVMH par intégration globale au sein du groupe d'activités Mode et Maroquinerie à partir de janvier 2017.

En 2017, l'acquisition de Rimowa a généré un décaissement de 615 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 25 millions d'euros.

Loro Piana

En février 2017, à la suite de l'exercice partiel de l'option de vente dont bénéficiait la famille Loro Piana dans la société éponyme, LVMH a acquis une participation complémentaire de 5 % dans Loro Piana, portant son pourcentage de détention à 85 %. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

**Christian Dior Couture**

Le 3 juillet 2017, dans le cadre de la simplification des structures du groupe Christian Dior-LVMH et conformément aux termes du protocole de négociation conclu avec LVMH le 24 avril 2017, la société Christian Dior a cédé à LVMH 100 % de la branche Christian Dior Couture pour un montant de 6,0 milliards d'euros. À cette date, Christian Dior détenait directement et indirectement 41 % du capital et 57 % des droits de vote de LVMH.

Le périmètre cédé incluait la société Grandville (détenue à 100 % par Christian Dior) et sa filiale Christian Dior Couture. Le prix payé a été établi sur la base d'une valeur d'entreprise de 6,5 milliards d'euros, correspondant à 15,6 fois le Résultat avant charges financières, impôt, amortissements et dépréciations (EBITDA) ajusté des 12 derniers mois à mars 2017. Cette opération, au niveau du groupe Financière Agache, a eu pour conséquence une diminution du pourcentage d'intérêt dans Christian Dior Couture de 72 % au premier semestre 2017 à 41 % au second semestre 2017.

LVMH étant consolidé selon la méthode de l'intégration globale dans les comptes consolidés de Financière Agache, l'opération est sans incidence sur le résultat net.

Les réserves consolidées du groupe Financière Agache ont été réduites d'un montant de 464 millions d'euros, correspondant :

- à la quote-part de situation nette cédée aux Intérêts minoritaires de LVMH SE (d'un montant de 324 millions d'euros) ;
- à la quote-part du Groupe dans les frais de transactions (d'un effet de -5 millions d'euros sur les capitaux propres) soit 4 millions d'euros ;
- et à l'impôt relatif à la plus-value de cession après prise en compte des reports déficitaires (d'un effet de -143 millions d'euros sur les capitaux propres) représentant pour la part du Groupe une diminution des réserves consolidées de 136 millions d'euros.

Suite à la cession au sein du Groupe consolidé, le 3 juillet 2017, de la branche Christian Dior Couture par la société Christian

Dior à la société LVMH, les chiffres relatifs à Christian Dior Couture sont intégrés aux chiffres du groupe d'activités Mode et Maroquinerie (voir Note 24).

2.3.2 Autres activités**Offre publique simplifiée de Semyrhamis sur les titres Christian Dior**

Semyrhamis, filiale à 100 % de Financière Agache, avait déposé le 22 mai 2017 auprès de l'Autorité des marchés financiers un projet d'offre publique simplifiée visant la totalité des actions Christian Dior non détenues par le Groupe Familial Arnault. Ce dépôt faisait suite à la signature d'un contrat de crédits syndiqués permettant de financer l'offre. L'avis de conformité de l'Autorité des marchés financiers a été délivré le 6 juin 2017 et l'offre publique a été ouverte du 8 au 28 juin 2017 inclus.

Les principaux termes de l'offre publique étaient les suivants :

- branche principale mixte : 172 euros et 0,192 action Hermès International par action Christian Dior apportée ;
- branche subsidiaire en numéraire (avec mécanisme de réduction et de report) : 260 euros par action Christian Dior apportée ;
- branche subsidiaire en actions (avec mécanisme de réduction et de report) : 0,566 action Hermès International par action Christian Dior apportée.

À l'issue de l'offre publique simplifiée, dont les résultats ont été publiés le 4 juillet 2017 par l'Autorité des marchés financiers, Semyrhamis a acquis 36 363 863 actions Christian Dior.

Le règlement-livraison des titres Christian Dior en échange de titres Hermès International et du numéraire est intervenu le 12 juillet. Le règlement livraison s'est composé d'un part, d'un montant de 6 254 millions d'euros versé en numéraire et d'autre part, de 6 980 933 actions Hermès apportées à l'échange valorisées, en retenant le cours de bourse d'ouverture de l'action le 12 juillet (soit 439 euros), à 3 065 millions d'euros.

Les effets de l'offre publique portant sur les actions Christian Dior sur les états financiers consolidés au 31 décembre 2017 étaient les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Effets de l'offre publique mixte		
	Capitaux propres, part du Groupe – réserves consolidées	Autres réserves, Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
Montant de l'offre publique	(9 318)		(9 318)
Frais liés à l'opération	(18)		(18)
Quote-part de situation nette acquise dans le cadre de l'offre publique	2 515	(2 515)	-
TOTAL	(6 821)	(2 515)	(9 336)

S'agissant des capitaux propres, part du Groupe, la différence entre la valeur des d'achat des titres de 9 318 millions d'euros et la quote-part de situation nette acquise auprès des Intérêts minoritaires (d'un montant de 2 515 millions d'euros), a été portée en déduction des réserves consolidées, part du Groupe. Les frais liés à l'offre ont été déduits des réserves consolidées, part du Groupe.

À l'issue de cette offre, la participation résiduelle du Groupe dans Hermès International, correspondant aux actions non échangées, s'élevait à 840 millions d'euros. Elle a été reclassée en « Placements financiers » (Voir Note 8 concernant les Investissements financiers et Note 13 concernant les Placements financiers).

Dans les comptes consolidés au 31 décembre 2017, les écarts de réévaluation de 2,1 milliards d'euros (avant effet impôt) relatifs aux actions Hermès International échangées (correspondant à la différence entre la valorisation des titres Hermès apportés, soit 3,1 milliards d'euros, et le prix de revient comptable consolidé de ces titres, soit 1,0 milliard d'euros) ont été recyclés en réserves de consolidation, sans impact sur le total des capitaux propres.

Entre la clôture de l'offre publique et le 31 décembre 2017, Semyrhamis a acquis 4 097 750 actions Christian Dior soit 2,27 % du capital de la société Christian Dior.

2.4 Incidence sur la trésorerie nette des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés et de titres de minoritaires	(3 165)	(1 279)	(8 634)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	128	4	32
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	171	337	290
(Disponibilités)/découverts bancaires des sociétés cédées	(2)	-	181
INCIDENCES DES VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES SUR LA TRÉSORERIE NETTE	(2 868)	(938)	(8 131)
<i>Dont :</i>			
<i>Acquisitions et cessions de titres consolidés</i>	<i>(2 478)</i>	<i>(17)</i>	<i>(524)</i>
<i>Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires</i>	<i>(390)</i>	<i>(921)</i>	<i>(7 607)</i>

En 2019, l'incidence sur la trésorerie nette des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées est liée principalement à l'acquisition de Belmond, de l'acquisition de titres Christian Dior et LVMH par des sociétés du Groupe, ainsi qu'à l'acquisition d'une participation de 49 % dans Stella McCartney et de 55 % dans Château d'Esclans. Elle tient compte, en sens inverse, des augmentations de capital de LVMH SE par les bénéficiaires d'options de souscription d'actions, des effets du contrat de liquidité LVMH ainsi que des règlements effectués par les bénéficiaires d'options d'achat Christian Dior lors de l'exercice de leurs options.

En 2018, l'incidence sur la trésorerie nette des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées résultait principalement de l'acquisition de titres Christian Dior et LVMH par des sociétés du Groupe, du rachat des intérêts minoritaires dans Fresh ainsi que dans diverses filiales de distribution,

en particulier au Moyen-Orient. Elle comprenait également les augmentations de capital de LVMH SE par les bénéficiaires d'options de souscription d'actions, les effets du contrat de liquidité LVMH ainsi que des règlements effectués par les bénéficiaires d'options d'achat Christian Dior lors de l'exercice de leurs options.

En 2017, l'incidence sur la trésorerie nette des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées résultait principalement des effets en numéraire (soit 6 254 millions d'euros, voir Note 2) de l'offre publique de la société Semyrhamis sur les titres Christian Dior, des achats subséquents desdits titres ainsi que des augmentations de capital de LVMH SE par les bénéficiaires d'options de souscription d'actions et des effets du contrat de liquidité LVMH. Les acquisitions de titres consolidés résultent principalement de l'acquisition de Rimowa, pour 615 millions d'euros.

NOTE 3 – MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2019			31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	13 337	(627)	12 710	12 570	12 489
Enseignes	3 920	(1 617)	2 303	2 265	2 176
Licences de distribution	63	(29)	34	-	-
Logiciels, sites internet	2 258	(1 608)	650	544	459
Autres	1 044	(571)	473	832	789
TOTAL	20 621	(4 452)	16 169	16 211	15 913

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

3.1 Variations de l'exercice

Aux 31 décembre 2017 et 2018, les Autres immobilisations incorporelles incluent les droits au bail. À compter du 1^{er} janvier 2019, en application de la norme IFRS 16, les droits au bail sont désormais présentés au sein des Droits d'utilisation, voir Note 7.

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2019 est constituée des éléments suivants :

<i>Valeur brute (en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Autres immo- bilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2018	13 119	3 851	1 903	1 895	20 768
Effets des changements de normes ^(a)	-	-	-	(770)	(770)
Au 1^{er} janvier 2019, après retraitement	13 119	3 851	1 903	1 125	19 998
Acquisitions	-	-	225	303	528
Cessions, mises hors service	-	-	(31)	(210)	(241)
Effets des variations de périmètre	140	-	1	54	195
Effets des variations de change	78	69	14	13	174
Reclassements	-	-	146	(177)	(31)
AU 31 DÉCEMBRE 2019	13 336	3 920	2 258	1 107	20 621

(a) Les effets des changements de norme sont liés à l'application, au 1^{er} janvier 2019, d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2.

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Autres immo- bilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2018	(549)	(1 586)	(1 359)	(1 063)	(4 557)
Effets des changements de normes ^(a)	-	-	-	391	391
Au 1^{er} janvier 2019, après retraitement	(549)	(1 586)	(1 359)	(672)	(4 166)
Amortissements	(17)	(1)	(267)	(137)	(421)
Dépréciations	(54)	-	-	4	(50)
Cessions, mises hors service	-	-	29	210	239
Effets des variations de périmètre	-	-	-	(10)	(10)
Effets des variations de change	(8)	(30)	(9)	(7)	(55)
Reclassements	-	-	(2)	12	10
AU 31 DÉCEMBRE 2019	(627)	(1 617)	(1 608)	(600)	(4 452)
VALEUR NETTE AU 31 DÉCEMBRE 2019	12 710	2 303	650	507	16 169

(a) Les effets des changements de norme sont liés à l'application, au 1^{er} janvier 2019, d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2.

L'effet des variations de périmètre est essentiellement lié à l'acquisition de Belmond, voir Note 2.

3.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites internet	Droits au bail et fonds de commerce	Autres immo- bilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2016	12 247	2 440	375	416	421	15 899
Acquisitions	-	-	180	31	248	459
Cessions, mises hors service	-	-	(1)	(3)	-	(4)
Effets des variations de périmètre	481	-	1	5	1	488
Amortissements	(26)	(1)	(179)	(51)	(150)	(407)
Dépréciations	(50)	-	(2)	-	(1)	(53)
Effets des variations de change	(163)	(263)	(23)	(8)	(18)	(475)
Reclassements	-	-	108	2	(104)	6
Au 31 décembre 2017	12 489	2 176	459	392	397	15 913
Acquisitions	-	-	177	88	272	537
Cessions, mises hors service	-	-	(2)	-	-	(2)
Effets des variations de périmètre	40	-	-	1	-	41
Amortissements	(18)	(1)	(221)	(60)	(147)	(447)
Dépréciations	-	-	-	(2)	(7)	(9)
Effets des variations de change	59	90	8	2	7	166
Reclassements	-	-	123	17	(128)	12
AU 31 DÉCEMBRE 2018	12 570	2 265	544	438	394	16 211

3.3 Marques et enseignes

La répartition des marques et enseignes par groupe d'activités est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2019			31 déc. 2018	31 déc. 2017
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Vins et Spiritueux	2 834	(143)	2 691	2 677	2 674
Mode et Maroquinerie	5 043	(222)	4 821	4 826	4 787
Parfums et Cosmétiques	1 354	(63)	1 291	1 297	1 311
Montres et Joaillerie	3 691	(91)	3 599	3 560	3 507
Distribution sélective	3 872	(1 570)	2 303	2 265	2 176
Autres activités	462	(155)	308	210	210
MARQUES ET ENSEIGNES	17 257	(2 244)	15 013	14 835	14 665

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2019 :

- Vins et Spiritueux : Hennessy, Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Belvedere, Glenmorangie, Newton Vineyards et Numanthia Termes ;
- Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton, Fendi, Celine, Loewe, Givenchy, Kenzo, Pink Shirtmaker, Berluti, Pucci, Loro Piana et Rimowa ;
- Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Make Up For Ever, Benefit Cosmetics, Fresh, Acqua di Parma, KVD Vegan Beauty, Fenty, Ole Henriksen et Maison Francis Kurkdjian ;
- Montres et Joaillerie : Bvlgari, TAG Heuer, Zenith, Hublot, Chaumet et Fred ;
- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché et Ile de Beauté ;
- Autres activités : les titres de presse du groupe Les Echos-Investir, le journal Le Parisien-Aujourd'hui en France, la marque Royal Van Lent-Feadship, La Samaritaine, le groupe hôtelier Belmond et la pâtisserie Cova.

Ces marques et enseignes figurent au bilan à la valeur déterminée lors de leur acquisition par le Groupe, qui peut être très inférieure à leur valeur d'utilité ou de marché à la date d'établissement des comptes du Groupe ; c'est notamment le cas, sans que cette liste puisse être considérée comme exhaustive, des marques Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior, ou de l'enseigne Sephora.

La première consolidation de LVMH en 1988 avait conduit, dans les comptes consolidés du groupe Financière Agache, à la réévaluation de l'ensemble des marques détenues alors par LVMH. Dans les états financiers consolidés de Financière Agache, les comptes de LVMH sont retraités pour tenir compte des différences d'évaluation de marques inscrites antérieurement à 1988 ainsi que des cessions internes au Groupe dans les consolidations de chacune de ces sociétés. Voir Note 1.3.

Voir également Note 5 pour l'évaluation des marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie.

NOTE 4 – ÉCARTS D'ACQUISITION

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2019			31 déc. 2018	31 déc. 2017
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	10 226	(1 680)	8 545	7 477	7 361
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	6 312	-	6 312	5 073	5 299
TOTAL	16 538	(1 680)	14 857	12 550	12 660

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

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2019			31 déc. 2018	31 déc. 2017
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	14 193	(1 643)	12 550	12 660	11 402
Effets des variations de périmètre. Voir Note 2.	1 033	(1)	1 032	45	426
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	1 247	-	1 247	(126)	1 008
Variation des dépréciations	-	(22)	(22)	(100)	(52)
Effets des variations de change	65	(14)	50	71	(125)
Reclassements	-	-	-	-	1
AU 31 DÉCEMBRE	16 538	(1 680)	14 857	12 550	12 660

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

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

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2017 résultaient principalement de l'acquisition de Rimowa.

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. Aucune dépréciation significative n'a été enregistrée à ce titre au cours de l'exercice 2019. Comme

décrit en Note 1.15, l'évaluation est effectuée le plus souvent à partir des flux de trésorerie prévisionnels actualisés attendus de ces actifs, déterminés dans le cadre de plans pluri-annuels établis au cours de chaque exercice.

Les principaux paramètres retenus pour la détermination des flux prévisionnels des plans pluri-annuels sont les suivants :

Groupe d'activités <i>(en %)</i>	31 décembre 2019				31 décembre 2018			31 décembre 2017		
	Taux d'actualisation		Taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
	Après impôt	Avant impôt								
Vins et Spiritueux	6,0 à 10,8	8,1 à 14,6	5,8	2,0	6,5 à 11,0	5,7	2,0	6,5 à 11,0	5,9	2,0
Mode et Maroquinerie	7,1 à 9,6	9,6 à 13,0	10,4	2,0	8,0 à 10,5	9,7	2,0	8,0 à 10,5	6,6	2,0
Parfums et Cosmétiques	6,5 à 9,2	8,8 à 12,4	9,1	2,0	7,4 à 10,1	8,9	2,0	7,4 à 10,1	9,3	2,0
Montres et Joaillerie	7,5 à 8,9	10,1 à 12,0	9,2	2,0	9,0 à 10,4	8,3	2,0	9,0 à 10,4	6,9	2,0
Distribution sélective	7,0 à 8,8	9,5 à 11,9	8,2	2,0	7,3 à 9,4	9,8	2,0	7,3 à 8,3	8,2	2,0
Autres	6,0 à 7,5	8,1 à 10,1	2,3	2,0	6,5 à 9,3	4,5	2,0	6,5 à 7,3	8,4	2,0



La durée des plans est de cinq ans, mais peut être étendue jusqu'à dix ans pour les marques dont le cycle de production s'étend sur plus de cinq ans, ou pour les marques qui sont en cours de repositionnement stratégique. Les taux de croissance moyens des ventes et la progression des taux de marge sur la durée des plans sont comparables aux croissances réalisées au cours des quatre années précédentes, à l'exception des marques en cours de repositionnement stratégique, dont les progressions

attendues sont supérieures aux performances historiques, en raison des mesures de repositionnement mises en œuvre.

Les taux de croissance annuelle retenus pour la période au-delà de la durée des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

La baisse du taux d'actualisation à fin 2019 résulte de la baisse des taux d'intérêt.

Au 31 décembre 2019, les actifs incorporels à durée de vie indéfinie dont les valeurs nettes comptables sont les plus significatives ainsi que les paramètres retenus pour le test de perte de valeur de ces actifs sont les suivants :

(en millions d'euros)	Marques et enseignes	Écarts d'acquisition	Total	Taux d'actualisation après impôt (en pourcentage)	Taux de croissance au-delà de la durée des plans (en pourcentage)	Période couverte par les flux de trésorerie prévisionnels
Louis Vuitton	2 059	405	2 464	7,1	2,0	5 ans
Loro Piana ^(a)	1 300	1 048	2 348	n.a.	n.a.	n.a.
Fendi	713	405	1 118	8,4	2,0	5 ans
Bvlgari	2 100	1 547	3 647	7,5	2,0	5 ans
TAG Heuer	1 143	217	1 360	7,5	2,0	5 ans
DFS Galleria	2 037	-	2 037	8,8	2,0	5 ans
Hennessy	1 067	55	1 122	6,0	2,0	5 ans

(a) Pour les besoins du test de perte de valeur, la juste valeur de Loro Piana a été évaluée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux données opérationnelles consolidées de Loro Piana. La variation des multiples qui résulterait d'une baisse de 10 % de la capitalisation boursière des sociétés comparables ou du résultat opérationnel de Loro Piana n'entraînerait pas de risque de dépréciation des incorporels de Loro Piana.
n.a. : non applicable.

Au 31 décembre 2019, pour les secteurs d'activité listés ci-dessus (à l'exception de Loro Piana, voir Note (a) ci-dessus) une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2019, ou une réduction de 2 points du taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans n'entraînerait pas de dépréciation de ces incorporels. Le Groupe considère que des variations supérieures aux niveaux indiqués ci-dessus conduiraient à des niveaux d'hypothèses non pertinents au regard de l'environnement économique actuel et des perspectives de croissance des activités concernées à moyen et long terme. Parmi les autres secteurs d'activité, trois

présentent des actifs incorporels ayant une valeur comptable proche de leur valeur recouvrable. Les tests de perte de valeur concernant les actifs incorporels à durée de vie indéfinie de ces secteurs ont été effectués sur la base de la valeur d'utilité.

Le montant de ces actifs incorporels au 31 décembre 2019, ainsi que le montant de la dépréciation qui résulterait d'une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans, ou d'une baisse de 2 points du taux de croissance moyen cumulé des ventes par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2019 sont détaillés ci-dessous :

(en millions d'euros)	Montant des actifs incorporels concernés au 31 décembre 2019	Montant de la dépréciation en cas de :		
		Hausse de 0,5 % du taux d'actualisation après impôt	Baisse de 2 % du taux de croissance moyen des ventes	Baisse de 0,5 % du taux de croissance au-delà de la durée des plans
Distribution sélective	87	(19)	(19)	(15)
Autres groupes d'activités	516	(44)	(36)	(36)
TOTAL	603	(63)	(55)	(51)

Au 31 décembre 2019, les valeurs brutes et nettes des marques, enseignes et écarts d'acquisition ayant donné lieu à amortissement et/ou dépréciation en 2019 sont de 325 millions d'euros et

37 millions d'euros, respectivement (644 et 467 millions d'euros au 31 décembre 2018). Voir Note 26 concernant les amortissements et dépréciations enregistrés au cours de l'exercice.

NOTE 6 – IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	31 décembre 2019			31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net		
Terrains	3 882	(18)	3 863	2 265	1 704
Terres à vigne et vignobles ^(b)	2 655	(118)	2 537	2 473	2 432
Constructions	5 248	(2 128)	3 120	2 189	2 052
Immeubles locatifs	375	(39)	336	617	777
Agencements, matériels et installations	14 243	(9 527)	4 717	4 078	3 971
Immobilisations en-cours	1 652	(2)	1 650	1 237	784
Autres immobilisations corporelles	2 229	(524)	1 706	1 616	1 509
TOTAL	30 284	(12 355)	17 929	14 475	13 229
<i>Dont : coût historique des terres à vigne</i>	<i>587</i>	<i>-</i>	<i>587</i>	<i>576</i>	<i>543</i>

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

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

6.1 Variations de l'exercice

La variation des immobilisations corporelles au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute (en millions d'euros)	Terres à vigne		Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immo- bilisations en-cours	Autres immo- bilisations corporelles	Total
	Terrains et vignobles	constructions		Boutiques et hôtels	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2018	2 584	6 375	653	8 632	2 756	1 351	1 238	2 098	25 687
Effets des changements de norme ^(a)	-	(395)	-	(149)	(50)	(32)	(3)	(1)	(630)
Au 1^{er} janvier 2019, après retraitement	2 584	5 980	653	8 483	2 706	1 319	1 235	2 097	25 057
Acquisitions	11	260	15	806	165	143	1 375	124	2 899
Variation de la valeur de marché des terres à vigne	42	-	-	-	-	-	-	-	42
Cessions, mises hors service	(1)	(84)	(23)	(604)	(55)	(77)	(23)	(21)	(890)
Effets des variations de périmètre	17	2 339	-	454	12	-	22	10	2 853
Effets des variations de change	2	86	8	153	15	15	8	10	295
Autres mouvements, y compris transferts	1	549	(277)	509	121	79	(964)	9	27
AU 31 DÉCEMBRE 2019	2 655	9 130	375	9 801	2 964	1 478	1 652	2 229	30 284

(a) Les effets des changements de normes résultent de l'application d'IFRS 16 Contrats de location à partir du 1^{er} janvier 2019. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.



Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Terres à vigne et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immo- bilisations en-cours	Autres immo- bilisations corporelles	Total
				Boutiques et hôtels	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2018	(111)	(1 921)	(36)	(5 907)	(1 810)	(944)	(1)	(482)	(11 212)
Effets des changements de norme ^(a)	-	135	-	88	28	23	(1)	2	275
Au 1^{er} janvier 2019, après retraitement	(111)	(1 786)	(36)	(5 819)	(1 782)	(921)	(2)	(480)	(10 937)
Amortissements	(6)	(213)	(5)	(1 030)	(189)	(144)	-	(68)	(1 655)
Dépréciations	-	62	(1)	(5)	(2)	-	(16)	-	38
Cessions, mises hors service	1	77	1	603	54	75	16	29	855
Effets des variations de périmètre	(2)	(222)	-	(236)	(4)	-	-	(2)	(466)
Effets des variations de change	-	(22)	-	(100)	(10)	(11)	-	(6)	(149)
Autres mouvements, y compris transferts	-	(43)	3	3	(15)	9	-	4	(40)
AU 31 DÉCEMBRE 2019	(118)	(2 146)	(39)	(6 585)	(1 949)	(992)	(2)	(524)	(12 355)
VALEUR NETTE AU 31 DÉCEMBRE 2019	2 537	6 984	336	3 216	1 015	486	1 650	1 706	17 929

(a) Les effets des changements de normes résultent de l'application d'IFRS 16 Contrats de location à partir du 1^{er} janvier 2019. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

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 Louis Vuitton, Sephora, DFS, Christian Dior Couture et Celine. Ils comprennent également les investissements liés au projet de La Samaritaine ainsi que les investissements des marques de champagne, de Hennessy, de Parfums Christian Dior et de Louis Vuitton dans leur outil de production.

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

L'effet de la réévaluation à valeur de marché des terres à vigne s'élève à 1 836 millions d'euros au 31 décembre 2019 (1 793 millions d'euros au 31 décembre 2018 et 1 785 millions d'euros au 31 décembre 2017). Voir Notes 1.9 et 1.13 concernant la méthode d'évaluation des terres à vigne.

La valeur de marché des immeubles locatifs, selon les expertises réalisées par des tiers indépendants, s'élève au moins à 0,6 milliard d'euros au 31 décembre 2019, au niveau de LVMH. Les méthodes d'évaluation employées reposent sur des données de marché.

6.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette (en millions d'euros)	Terres à vigne et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immo- bilisations en-cours	Autres immo- bilisations corporelles	Total
				Boutiques	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2016	2 474	3 358	869	2 737	687	375	1 007	1 467	12 974
Acquisitions	9	331	-	572	158	85	842	132	2 129
Cessions, mises hors service	-	(3)	-	(3)	(3)	(2)	(11)	-	(22)
Amortissements	(7)	(174)	(5)	(920)	(180)	(136)	-	(66)	(1 488)
Dépréciations	1	(1)	-	(4)	-	-	(1)	-	(5)
Variation de la valeur de marché des terres à vigne	(35)	-	-	-	-	-	-	-	(35)
Effets des variations de périmètre	-	57	-	17	49	3	22	10	158
Effets des variations de change	(16)	(146)	(57)	(192)	(17)	(18)	(35)	(22)	(503)
Autres, y compris transferts	6	334	(30)	475	189	99	(1 040)	(12)	21
Au 31 décembre 2017	2 432	3 756	777	2 682	883	406	784	1 509	13 229
Acquisitions	25	473	70	604	162	82	1 074	114	2 604
Cessions, mises hors service	-	-	-	(3)	(3)	(1)	(1)	3	(5)
Amortissements	(6)	(192)	(2)	(946)	(172)	(127)	-	(67)	(1 512)
Dépréciations	-	(2)	-	2	(1)	-	-	(2)	(3)
Variation de la valeur de marché des terres à vigne	8	-	-	-	-	-	-	-	8
Effets des variations de périmètre	-	-	-	2	1	3	-	-	6
Effets des variations de change	(1)	62	14	45	1	5	4	2	132
Autres, y compris transferts	15	357	(242)	339	75	39	(624)	57	16
AU 31 DÉCEMBRE 2018	2 473	4 454	617	2 725	946	407	1 237	1 616	14 475

Les acquisitions d'immobilisations corporelles des exercices 2018 et 2017 incluaient principalement les investissements des marques du Groupe dans leurs réseaux de distribution et les investissements des marques de champagne, de Hennessy, de Louis Vuitton et de Parfums Christian Dior dans leur outil

de production. Ils comprenaient également les investissements liés au projet de La Samaritaine ainsi que, pour 2018, les investissements liés au Jardin d'Acclimatation, et divers investissements immobiliers.

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>	31 décembre 2019			1 ^{er} janv. 2019
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Boutiques	11 817	(1 956)	9 861	9 472
Bureaux	1 724	(288)	1 436	1 332
Autres	860	(111)	749	718
Loyers fixes capitalisés	14 402	(2 355)	12 047	11 522
Droits au bail	738	(376)	362	345
TOTAL	15 140	(2 731)	12 409	11 867

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Loyers fixes capitalisés				Droits au bail	Total
	Boutiques	Bureaux	Autres	Total		
Au 1^{er} janvier 2019	9 531	1 365	728	11 624	673	12 297
Mise en place de nouveaux contrats de location	1 862	386	94	2 342	64	2 406
Effets des modifications d'hypothèses	411	13	2	426	-	426
Fins et résiliations anticipées des contrats	(240)	(21)	(18)	(279)	(44)	(323)
Effets des variations de périmètre	24	5	38	67	2	69
Effets des variations de change	200	17	12	229	6	235
Autres mouvements, y compris transferts	30	(39)	3	(6)	38	32
AU 31 DÉCEMBRE 2019	11 817	1 724	860	14 402	738	15 140

<i>(en millions d'euros)</i>	Loyers fixes capitalisés				Droits au bail	Total
	Boutiques	Bureaux	Autres	Total		
Au 1^{er} janvier 2019	(59)	(35)	(10)	(102)	(528)	(430)
Amortissements	(1 970)	(274)	(108)	(2 352)	(53)	(2 405)
Dépréciations	-	(7)	-	(7)	5	(2)
Fins et résiliations anticipées des contrats	102	15	9	125	33	158
Effets des variations de périmètre	(2)	-	(2)	(3)	(5)	(8)
Effets des variations de change	(6)	(1)	-	(7)	(2)	(9)
Autres mouvements, y compris transferts	(21)	13	(1)	(9)	(24)	(33)
AU 31 DÉCEMBRE 2019	(1 956)	(288)	(111)	(2 355)	(376)	(2 731)
VALEUR NETTE						
AU 31 DÉCEMBRE 2019	9 861	1 436	749	12 047	362	12 409

Les mises en place de contrats de location concernent principalement les locations de boutiques, notamment chez Sephora, Christian Dior Couture, Bvlgari, Louis Vuitton et DFS. Il s'agit

également de contrats relatifs à la location de locaux administratifs, principalement chez Parfums Christian Dior.

7.2 Dettes locatives

Les dettes locatives se décomposent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	1 ^{er} janv. 2019
Dettes locatives à plus d'un an	10 373	9 679
Dettes locatives à moins d'un an	2 172	2 149
TOTAL	12 545	11 828

La variation des dettes locatives au cours de l'exercice est constituée des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Boutiques	Bureaux	Autres	Total
Au 1^{er} janvier 2019	9 692	1 420	716	11 828
Mise en place de nouveaux contrats de location	1 834	373	94	2 302
Remboursement du nominal	(1 828)	(238)	(101)	(2 166)
Variation des intérêts courus	40	5	5	50
Fins et résiliations anticipées des contrats	(138)	(6)	(8)	(152)
Effets des modifications d'hypothèses	403	11	2	415
Effets des variations de périmètre	26	-	30	56
Effets des variations de change	198	17	12	228
Autres mouvements, y compris transferts	36	(50)	-	(13)
AU 31 DÉCEMBRE 2019	10 264	1 532	749	12 545

Le tableau suivant présente l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux dettes locatives comptabilisées au 31 décembre 2019 :

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2019 Total paiements minima futurs
Échéance : 2020	2 487
2021	2 188
2022	1 875
2023	1 555
2024	1 317
Entre 2025 et 2029	3 396
Entre 2030 et 2034	671
Au-delà	1 107
TOTAL PAIEMENTS MINIMA FUTURS	14 596
Effet de l'actualisation	(2 051)
TOTAL DETTE LOCATIVE	12 545



7.3 Analyse de la charge de location

La charge de location de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019
Amortissements et dépréciations des droits d'utilisation	2 407
Intérêts sur dettes locatives	290
Charge relative aux loyers fixes capitalisés	2 697
Loyers variables	1 595
Contrats de courte durée et/ou portant sur des actifs de faible valeur	376
Autres charges de loyer	1 971
TOTAL	4 668

Dans certains pays, les locations de boutiques comprennent un montant minimal 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 décaissements relatifs aux contrats de location non capitalisés sont peu différents de la charge comptabilisée.

7.4 Engagements hors bilan

Les engagements hors bilan relatifs à la part fixe des loyers des contrats de location s'analysent comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019
Contrats dont la date de prise d'effet est postérieure à la clôture	1 592
Contrats relatifs aux actifs de faible valeur et contrats de courte durée	195
TOTAL DES PAIEMENTS FUTURS NON ACTUALISÉS	1 787

Dans le cadre de la gestion dynamique de son réseau de boutiques, le Groupe négocie et conclut des contrats de location dont la date d'effet est postérieure à la date de clôture. Les engagements relatifs à ces contrats ne sont pas inscrits en dettes locatives mais en engagements hors bilan. En outre, le Groupe peut souscrire des contrats de location ou de concession comportant un montant garanti variable, non reflété dans les engagements ci-dessus.

7.5 Taux d'actualisation

Le taux moyen d'actualisation des dettes locatives au 1^{er} janvier 2019 est de 2,2%. Le taux d'actualisation moyen des nouvelles dettes locatives de l'exercice 2019 est de 2,0%. Les taux d'actualisation indiqués ci-avant correspondent aux taux moyens pondérés par le montant des dettes locatives auxquelles ils se rapportent.

7.6 Options de résiliation et de renouvellement

Les dettes locatives résultent de l'actualisation de la part fixe des loyers futurs définis contractuellement. L'évaluation des dettes locatives se fonde sur la durée contractuelle initialement négociée, sans prise en compte des options de résiliation anticipée ou d'extension incluses dans les contrats, sauf cas particuliers. Au 31 décembre 2019, le montant des dettes locatives provient à 60% de contrats qui n'incluent aucune option de résiliation anticipée ou de renouvellement. Le montant des dettes locatives correspondant à la prise en compte des options de renouvellement prévues contractuellement est d'environ 1 milliard d'euros. Les effets des options de résiliation anticipée non prises en considération représenteraient une réduction des dettes locatives d'environ 1 milliard d'euros; a contrario, les effets des options de renouvellement non prises en compte représenteraient une augmentation des dettes locatives d'environ 2 milliards d'euros.

NOTE 8 – PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	31 décembre 2019			Dont	31 déc. 2018	Dont	31 déc. 2017	Dont
	Brut	Dépréciations	Net	activités en partenariat		activités en partenariat		activités en partenariat
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	1 724	-	1 724	117	1 657	112	1 450	195
Part dans le résultat de l'exercice	69	-	69	11	47	12	20	5
Dividendes versés	(20)	-	(20)	(9)	(28)	(9)	(22)	(8)
Effets des variations de périmètre	415	-	415	165	(10)	2	(78)	(78)
Effets des souscriptions aux augmentations de capital	5	-	5	2	3	1	5	5
Effets des variations de change	5	-	5	-	7	-	(34)	(7)
Effets des écarts de réévaluation	702	-	702	-	44	-	313	-
Autres, y compris transferts	3	-	3	5	4	(1)	3	4
PART DANS L'ACTIF NET DES PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE AU 31 DÉCEMBRE	2 903	-	2 903	287	1 724	117	1 657	112

Au 31 décembre 2019, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- Pour les activités en partenariat :
 - une participation de 50 % dans le domaine viticole de Château Cheval Blanc (Gironde, France), producteur du Saint-Émilion Grand cru classé A du même nom ;
 - une participation de 50 % dans les activités hôtelières et ferroviaires opérées par Belmond au Pérou.
- Pour les autres sociétés :
 - une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ;
 - une participation de 45 % dans PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk (STTI), société de distribution indonésienne, titulaire notamment de licences de ventes en duty-free dans les aéroports ;
 - une participation de 46 % dans JW Anderson, marque londonienne de prêt-à-porter ;
 - une participation de 40 % dans Le Peigné SA, dont le siège social est basé à Bruxelles (Belgique) ;

- une participation de 40 % dans L Catterton Management, société de gestion de fonds d'investissement créée en décembre 2015 en partenariat avec Catterton ;

- une participation de 49 % dans Stella McCartney, marque londonienne de prêt-à-porter.

Les effets de variation de périmètre de l'exercice 2019 résultent essentiellement de la prise de participation dans Stella McCartney et de l'acquisition de Belmond. Voir Note 2.

L'augmentation très sensible des effets des écarts de réévaluation provient essentiellement de la revalorisation de titres Groupe (LVMH et Christian Dior) détenus par une filiale mise en équivalence.

Repossi, marque italienne de joaillerie dans laquelle le Groupe avait pris une participation de 41,7 %, en novembre 2015, consolidée jusqu'au 31 décembre 2017 par mise en équivalence, est consolidée depuis 2018 par intégration globale, suite à l'acquisition d'une participation complémentaire dans cette société, portant le taux de détention du Groupe de 41,7 % à 68,9 %.

Les effets des variations de périmètre de 2017 étaient liés principalement à la cession de la participation dans De Beers Diamond Jewellers.

NOTE 9 – INVESTISSEMENTS FINANCIERS

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Au 1^{er} janvier	1 356	1 038	4 623
Acquisitions	216	490	127
Cessions à valeur de vente	(76)	(72)	(3 206)
Variations de valeur de marché ^(a)	56	(108)	431
Effets des variations de périmètre	-	-	5
Effets des variations de change	6	17	(44)
Reclassements ^(b)	(276)	(9)	(898)
AU 31 DÉCEMBRE	1 281	1 356	1 038

(a) Enregistrées en résultat financier pour les investissements financiers détenus par le groupe LVMH et en écarts de réévaluation pour les investissements financiers des sociétés du palier Financière Agache. Voir Note 1.2.

(b) En 2017, les reclassements sont liés principalement au reclassement de la participation résiduelle dans Hermès International constituée des titres n'ayant pas été remis en échange de titres Christian Dior dans le cadre de l'Offre publique initiée par la société Semyrhamis. Voir Notes 2 et 14.

Les reclassements résultent de la prise de contrôle de Belmond, les titres acquis en 2018 pour un montant de 274 millions d'euros étant désormais inclus dans la valeur comptable de la participation dans Belmond. Voir Note 2.

Les acquisitions de l'exercice 2019 comprennent notamment, à hauteur de 126 millions d'euros, l'effet de la souscription de titres dans des fonds d'investissement.

Les acquisitions de l'exercice 2018 comprenaient, notamment, pour 274 millions d'euros, l'effet de l'acquisition de titres Belmond, ainsi que, pour 88 millions d'euros, l'effet de la souscription de titres dans des fonds d'investissement et des prises de participations minoritaires.

Les cessions de l'exercice 2017 concernaient essentiellement la remise des titres Hermès International dans le cadre de l'offre publique mixte sur les titres Christian Dior (voir Note 2). Les acquisitions 2017 comprenaient, à hauteur de 66 millions d'euros, l'effet de la souscription de titres dans des fonds d'investissement.

La valeur de marché des investissements financiers est établie selon les méthodes décrites en Note 1.9, voir également Note 23.2 concernant la ventilation des investissements financiers selon les méthodes d'évaluation.

NOTE 10 – AUTRES ACTIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Dépôts de garantie	429	379	320
Instruments dérivés (voir Note 23)	782	257	246
Créances et prêts	308	303	770
Autres	45	46	37
TOTAL	1 564	985	1 373

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

NOTE 11 – STOCKS ET EN-COURS

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019			31 déc. 2018	31 déc. 2017
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	5 027	(10)	5 017	4 784	4 517
Autres matières premières et en-cours	2 377	(476)	1 900	1 700	1 370
	7 404	(487)	6 917	6 484	5 887
Marchandises	2 599	(216)	2 382	2 266	1 924
Produits finis	5 728	(1 117)	4 611	3 910	3 234
	8 326	(1 333)	6 993	6 176	5 158
TOTAL	15 730	(1 820)	13 910	12 660	11 045

Voir Note 1.17.

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019			31 déc. 2018	31 déc. 2017
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	14 244	(1 584)	12 660	11 045	11 079
Variation du stock brut	1 622	-	1 622	1 739	1 045
Effets de la provision pour retours ^(a)	2	-	2	7	11
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(6)	-	(6)	16	(21)
Variation de la provision pour dépréciation	-	(559)	(559)	(285)	(366)
Effets des variations de périmètre	36	-	36	25	(135)
Effets des variations de change	190	(36)	154	109	(565)
Autres, y compris reclassements	(358)	359	-	4	(3)
AU 31 DÉCEMBRE	15 730	(1 820)	13 910	12 660	11 045

(a) Voir Note 1.26.

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	14	41	5
Effets des sorties de stocks de l'exercice	(20)	(25)	(26)
INCIDENCE NETTE SUR LE COÛT DES VENTES DE L'EXERCICE	(6)	16	(21)
INCIDENCE NETTE SUR LA VALEUR DES STOCKS AU 31 DÉCEMBRE	120	126	110

Voir Notes 1.9 et 1.17 concernant la méthode d'évaluation des vendanges à leur valeur de marché.

NOTE 12 – CLIENTS

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Créances à valeur nominale	3 539	3 300	3 079
Provision pour dépréciation	(89)	(78)	(78)
Provision pour retours et reprises de produits ^(a)	-	-	(265)
MONTANT NET	3 450	3 222	2 736

(a) Voir Note 1.26.

La variation des créances clients au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2019			31 déc. 2018	31 déc. 2017
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	3 300	(78)	3 222	2 736	2 785
Variation des créances brutes	121	-	121	179	137
Variation de la provision pour dépréciation	-	(10)	(10)	(1)	(11)
Variation de la provision pour retours et reprises de produits ^(a)	-	-	-	7	(43)
Effets des variations de périmètre	51	(1)	50	5	41
Effets des variations de change	73	(1)	72	24	(159)
Reclassements	(5)	-	(5)	272	(14)
AU 31 DÉCEMBRE	3 539	(89)	3 450	3 222	2 736

(a) Voir Note 1.26.

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.

Au 31 décembre 2019, la ventilation de la valeur brute et de la provision pour dépréciation des créances clients, en fonction de l'ancienneté des créances, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Valeur brute des créances	Dépréciations	Valeur nette des créances
Non échues :			
- moins de 3 mois	3 008	(21)	2 987
- plus de 3 mois	125	(8)	117
	3 133	(29)	3 104
Échues :			
- moins de 3 mois	263	(10)	253
- plus de 3 mois	143	(50)	93
	406	(60)	346
TOTAL	3 539	(89)	3 450

Au cours de chacun des exercices présentés, aucun client n'a représenté un montant de chiffre d'affaires excédant 10 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

La valeur actuelle des créances clients n'est pas différente de leur valeur comptable.

NOTE 13 – AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Placements financiers (voir Note 14)	1 855	3 381	3 752
Instruments dérivés (voir Note 23)	180	123	498
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	1 057	895	747
Fournisseurs : avances et acomptes	254	216	204
Charges constatées d'avance	455	430	396
Autres créances	591	749	566
TOTAL	4 392	5 794	6 163

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

NOTE 14 – PLACEMENTS FINANCIERS

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Au 1^{er} janvier	3 381	3 752	657
Acquisitions et nouveaux dépôts à terme	231	601	2 391
Cessions à valeur de vente et échéances de dépôts à terme ^(a)	(2 199)	(958)	(516)
Variations de valeur de marché ^(b)	442	(13)	327
Variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	-	(1)	(5)
Reclassements ^(c)	-	-	898
AU 31 DÉCEMBRE	1 855	3 381	3 752
<i>Dont : coût historique des placements financiers</i>	<i>1 094</i>	<i>3 024</i>	<i>3 061</i>

(a) Les cessions à valeur de vente et échéances de dépôts à terme en 2019 sont constitués essentiellement de dépôts à terme initiés à plus de trois mois. Il en est de même des acquisitions et des nouveaux dépôts à terme en 2017.

(b) Enregistrées en résultat financier pour les placements financiers détenus par le groupe LVMH et en écarts de réévaluation pour les placements financiers des sociétés du palier Financière Agache.

(c) Voir Notes 2 et 9.

La valeur de marché des placements financiers est établie selon les méthodes décrites en Note 1.9. Voir la Note 23.2 concernant la ventilation des placements financiers selon les méthodes d'évaluation.

NOTE 15 – TRÉSORERIE ET VARIATIONS DE TRÉSORERIE

15.1 Trésorerie et équivalents de trésorerie

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Dépôts à terme à moins de trois mois	879	654	709
Parts de SICAV et FCP	413	3 061	2 684
Comptes bancaires	5 059	5 420	4 558
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU BILAN	6 351	9 135	7 951



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

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Trésorerie et équivalents de trésorerie	6 351	9 135	7 951
Découverts bancaires	(176)	(198)	(120)
TRÉSORERIE NETTE DU TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	6 175	8 937	7 831

15.2 Variation du besoin en fonds de roulement

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2019	2018	2017
Variation des stocks et en-cours	11	(1 622)	(1 739)	(1 045)
Variation des créances clients et comptes rattachés	12	(121)	(179)	(137)
Variation des soldes des clients créditeurs		9	8	4
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés	22	463	714	311
Variation des autres créances et dettes		98	91	346
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT ^(a)		(1 173)	(1 105)	(521)

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

15.3 Investissements d'exploitation

Les investissements d'exploitation au cours des exercices présentés sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2019	2018 ^(a)	2017 ^(a)
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	5	(528)	(537)	(459)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(2 899)	(2 590)	(2 123)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		163	137	44
Coûts de mise en place des contrats de location		(64)		
Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations		(3 328)	(2 990)	(2 538)
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations		29	10	27
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(33)	(58)	(5)
INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION ^(b)		(3 332)	(3 038)	(2 516)

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

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

15.4 Dividendes et acomptes versés et autres opérations en capital

Au cours des exercices présentés, les dividendes et acomptes versés sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Dividendes et acomptes versés par la société Financière Agache	(166)	(222)	(317)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice aux minoritaires des filiales consolidées	(2 507)	(1 936)	(1 557)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés	(167)	(68)	475
DIVIDENDES ET ACOMPTES VERSÉS	(2 840)	(2 226)	(1399)

Au cours des exercices présentés, les autres opérations en capital sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Note	2019	2018	2017
Augmentation de capital des filiales souscrites par les minoritaires		57	41	31
Acquisitions et cessions d'actions Financière Agache	16.5	-	-	-
AUTRES OPÉRATIONS EN CAPITAL		57	41	31

NOTE 16 – CAPITAUX PROPRES

16.1 Capitaux propres

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Capital	16.2	51	51	51
Primes	16.2	442	442	442
Actions auto-détenues et assimilées	16.5	(6)	(6)	(6)
Écarts de conversion	16.5	354	233	139
Écarts de réévaluation		2 588	1 619	1 960
Autres réserves		5 668	3 601	2 076
Résultat net		2 786	2 499	1 990
CAPITAUX PROPRES, PART DU GROUPE		11 883	8 439	6 652

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

16.2 Capital social et primes

Au 31 décembre 2019, le capital social de la société Financière Agache est constitué de 3 173 352 actions (3 173 352 aux 31 décembre 2018 et 31 décembre 2017), entièrement libérées, au nominal de 16 euros ; 3 169 653 actions bénéficient d'un droit

de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de deux ans (3 169 549 au 31 décembre 2018, 3 169 463 au 31 décembre 2017).

16.3 Actions Financière Agache

Les effets sur la situation nette du Groupe des actions Financière Agache auto-détenues s'analysent de la façon suivante sur les exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
ACTIONS FINANCIÈRE AGACHE	(6)	(6)	(6)

16.4 Dividendes versés par la société mère Financière Agache

Selon la réglementation française, les dividendes sont prélevés sur le résultat de l'exercice et les réserves distribuables de la société mère, après déduction de l'impôt de distribution éventuellement dû et de la valeur des actions auto-détenues. Au 31 décembre 2019, le montant distribuable s'élève ainsi à 4 222 millions d'euros.

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	2019	2018	2017
Acompte(s) au titre de l'exercice en cours (2019 : 52,5 euros ; 2018 : 70,0 euros ; 2017 : 100,0 euros)	166	222	317
Effet des actions auto-détenues	-	-	-
	166	222	317
Solde au titre de l'exercice précédent	-	-	-
Effet des actions auto-détenues	-	-	-
	-	-	-
MONTANT BRUT TOTAL VERSÉ AU COURS DE L'EXERCICE ^(a)	166	222	317

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

Aucun solde au titre de l'exercice 2019 ne sera proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 4 juin 2020.

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 de couverture des actifs nets en devises, s'analyse par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	Variation	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Dollar US	145	31	114	46
Franc suisse	316	53	263	218
Yen japonais	51	5	46	30
Hong Kong dollar	160	15	145	129
Livre sterling	(31)	16	(47)	(44)
Autres devises	(93)	10	(103)	(68)
Couvertures d'actifs nets en devises ^(a)	(194)	(9)	(185)	(172)
TOTAL, PART DU GROUPE	354	121	233	139

(a) Dont : - 60 millions d'euros au titre du dollar US (- 58 millions d'euros au 31 décembre 2018 et - 53 millions d'euros au 31 décembre 2017), et - 48 millions d'euros au titre du dollar de Hong Kong (- 48 millions d'euros au 31 décembre 2018 et - 48 millions d'euros au 31 décembre 2017) et - 86 millions d'euros au titre du franc suisse (- 79 millions d'euros au 31 décembre 2018 et - 73 millions d'euros au 31 décembre 2017). Ces montants incluent l'effet impôt.

16.6 Stratégie en matière de structure financière

Le Groupe estime que la gestion de la structure financière participe, avec le développement des sociétés qu'il détient et la gestion du portefeuille de marques, à l'objectif d'accroissement de la richesse de ses actionnaires. Le maintien d'une qualité de crédit adaptée constitue un objectif essentiel pour le Groupe, autorisant une large capacité d'accès aux marchés, à des conditions favorables, ce qui permet à la fois de saisir des opportunités et de bénéficier des ressources nécessaires au développement de son activité.

À cette fin, le Groupe suit un certain nombre de ratios et d'agrégats :

- dette financière nette (voir Note 19) sur capitaux propres ;
- capacité d'autofinancement générée par l'activité sur dette financière nette ;
- variation de trésorerie issue des opérations d'exploitation ;

- cash-flow disponible d'exploitation (voir Tableau de variation de la trésorerie consolidée) ;
- capitaux permanents sur actifs immobilisés ;
- part de la dette à plus d'un an dans la dette financière nette.

Les capitaux permanents s'entendent comme la somme des capitaux propres et des passifs non courants.

Ces indicateurs sont, le cas échéant, ajustés des engagements financiers hors bilan du Groupe.

L'objectif de flexibilité financière se traduit aussi par l'entretien de relations bancaires nombreuses et diversifiées, par le recours régulier à plusieurs marchés de dette négociable (à plus d'un an comme à moins d'un an), par la détention d'un montant significatif de trésorerie et équivalents de trésorerie et par l'existence de montants appréciables de lignes de crédit confirmées non tirées, ayant vocation à aller bien au-delà de la couverture de l'encours des programmes de titres de créance à court terme négociables, tout en représentant un coût raisonnable pour le Groupe.

NOTE 17 – PLANS D' ACTIONS GRATUITES ET ASSIMILÉS

Il n'existe pas de plan d'options ni de plan d'attribution d'actions gratuites et assimilés consenti par la société Financière Agache au 31 décembre 2019, ni sur aucun des exercices présentés.

Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2019	2018	2017
Charge de l'exercice au titre des plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites et de performance comptabilisée par la société Christian Dior	6	8	11
Charge de l'exercice au titre des plans d'options de souscription et d'attribution d'actions gratuites et de performance comptabilisée par la société LVMH	69	79	62
CHARGE DE L'EXERCICE	75	87	73

Voir Note 1.28 concernant la méthode d'évaluation de la charge comptable.

Pour LVMH

Le cours de clôture de l'action LVMH la veille de la date d'attribution du plan du 24 octobre 2019 était de 375,00 euros.

La valeur unitaire des attributions provisoires d'actions gratuites de l'exercice 2019 est de 353,68 euros.

Pour Christian Dior

Aucun plan d'options d'achat ou d'attribution d'actions gratuites et de performance Christian Dior n'a été mis en place au cours de l'exercice 2019.

**NOTE 18 – INTÉRÊTS MINORITAIRES**

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Au 1^{er} janvier	22 397	20 241	21 254
Effet de l'application de la norme IFRS 16	(17)	-	-
Part des minoritaires dans le résultat	4 888	4 406	3 774
Dividendes versés aux minoritaires	(2 511)	(1 942)	(1 556)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées :	26	36	101
<i>Dont : Rimowa</i>	-	-	89
<i>Dont : autres</i>	26	36	12
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires :	(48)	(247)	(2 585)
<i>Dont : mouvements sur le capital et l'autodétention de LVMH SE et Christian Dior SE</i>	25	(105)	35
<i>Dont : cession de la branche Christian Dior Couture à LVMH</i>	-	-	516
<i>Dont : opération de rachat de titres de minoritaires Christian Dior SE et LVMH SE</i>	(64)	(112)	(2 814) ^(a)
<i>Dont : Loro Piana^(b)</i>	-	-	(115)
<i>Dont : autres</i>	(9)	(32)	(5)
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	(22)	(211)	(2 484)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	70	50	31
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	146	28	(442)
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés	42	47	44
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	(206)	(222)	(380)
AU 31 DÉCEMBRE	24 787	22 397	20 241

(a) Correspond à la quote-part de situation nette acquise dans le groupe Christian Dior par Semyrhamis au cours de l'offre publique et des achats de titres Christian Dior ultérieurs hors gains et pertes enregistrés en capitaux propres. Voir Note 2.

(b) Dont - 58 millions d'euros pour les minoritaires Loro Piana et - 47 millions d'euros pour les actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle de Christian Dior. Voir Note 2.

L'évolution de la part des intérêts minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres, y compris l'effet d'impôt, se décompose ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	Écart de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vigne	Écart de réévaluation des avantages au personnel	Part des minoritaires dans les écarts de conversion et de réévaluation
Au 31 décembre 2016	1 030	(93)	983	(148)	1 772
Variations de l'exercice	(692)	196	31	24	(441)
Variations dues aux acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	(66)	(11)	(99)	12	(164)
Au 31 décembre 2017	272	92	915	(112)	1 167
Variations de l'exercice	191	(183)	5	15	28
Variations dues aux acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	(1)	-	(2)	-	(3)
Au 31 décembre 2018	462	(91)	918	(97)	1 192
Variations de l'exercice	190	18	20	(83)	146
Variations dues aux acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires et reclassements	-	-	(1)	-	(1)
AU 31 DÉCEMBRE 2019	652	(73)	937	(180)	1 337

Les intérêts minoritaires sont principalement constitués :

- des actionnaires de LVMH SE hors participation de contrôle (Financière Jean Goujon et Financière Agache), soit 57 % de l'actionnariat. Il leur a été versé un montant de dividendes de 1 778 millions d'euros au cours de l'exercice ;
- des actionnaires de la société Christian Dior SE autres (5 %) que Financière Agache et Semyrhamis, actionnaires de contrôle. Il leur a été versé un montant de dividendes de 300 millions d'euros au cours de l'exercice ;

- 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 minoritaires, au sein des « Passifs non courants » et sont donc exclus du total des Intérêts minoritaires à la date de clôture. Voir Notes 1.12 et 21.

Le montant des dividendes versés à Diageo au cours de l'exercice 2019 est de 177 millions d'euros. La part du résultat net de l'exercice 2019 revenant à Diageo s'élève à 366 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 3 414 millions d'euros au 31 décembre 2019. À cette date, le bilan consolidé résumé de Moët Hennessy se présente ainsi :

<i>(en milliards d'euros)</i>	31 déc. 2019	<i>(en milliards d'euros)</i>	31 déc. 2019
Immobilisations corporelles et incorporelles	4,6	Capitaux propres	10,0
Autres actifs non courants	0,4	Passifs non courants	1,4
Actifs non courants	5,0	Capitaux permanents	11,4
Stocks et en-cours	5,8	Dette financière à moins d'un an	1,5
Autres actifs courants	1,4	Autres passifs courants	1,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2,4	Passifs courants	3,2
Actifs courants	9,5	Total du passif et des capitaux propres	14,5
Total de l'actif	14,5		



S'agissant de DFS, le montant des dividendes versés à Mari-Cha Group Ltd au cours de l'exercice 2019, relatifs à l'exercice 2018, est de 98 millions d'euros. La part du résultat net de l'exercice

2019 revenant à Mari-Cha Group Ltd s'élève à 132 millions d'euros, et sa part dans les intérêts minoritaires cumulés au 31 décembre 2019 s'élève à 1 477 millions d'euros.

NOTE 19 – EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

19.1 Dette financière nette

(en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Dettes financières à plus d'un an	7 525	9 301	12 295
Dettes financières à moins d'un an	8 555	11 396	9 555
Dettes financières brutes	16 080	20 697	21 850
Instrument dérivé lié au risque de taux d'intérêt	(15)	(13)	(29)
Instrument dérivé lié au risque de change	47	146	(25)
Dettes financières brutes après effets des instruments dérivés	16 112	20 830	21 796
Placements financiers ^(b)	(1 855)	(3 381)	(3 752)
Investissements financiers en couverture de dettes financières ^(c)	(130)	(125)	(117)
Trésorerie et équivalents de trésorerie ^(d)	(6 351)	(9 135)	(7 951)
DETTE FINANCIÈRE NETTE	7 775	8 189	9 976
Titres Belmond (présentés en Investissements financiers)	-	(274)	-
DETTE FINANCIÈRE NETTE AJUSTÉE (HORS ACQUISITION DES TITRES BELMOND)	7 775	7 915	9 976

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

(b) Voir Note 14.

(c) Voir Note 9.

(d) Voir Note 15.1.

La variation de la dette financière brute après effets des instruments dérivés au cours de l'exercice s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	31 déc. 2018	Effet des changements de norme ^(a)	Au 1 ^{er} janvier après retrai- tements	Variations de la trésorerie ^(b)	Effets des variations de change	Effets des variations de valeur de marché	Variations de périmètre	Reclas- sements et autres	31 déc. 2019
Dettes financières à plus d'un an	9 301	(315)	8 986	(683)	51	7	733	(1 568)	7 525
Dettes financières à moins d'un an	11 396	(26)	11 370	(4 470)	38	12	32	1 573	8 555
Dettes financières brutes	20 697	(341)	20 356	(5 153)	88	19	764	5	16 080
Instrument dérivés	133	-	133	2	-	(104)	1	-	32
DETTE FINANCIÈRE BRUTE APRÈS EFFETS DES INSTRUMENTS DÉRIVÉS	20 830	(341)	20 489	(5 151)	88	(85)	765	5	16 112

(a) Les effets des changements de normes résultent de l'application d'IFRS 16 Contrats de location à partir du 1^{er} janvier 2019. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

(b) Dont 2 840 millions d'euros au titre des émissions et souscriptions d'emprunts, de -8 155 millions d'euros au titre des remboursements d'emprunts et de dettes financières et de la variation des dettes octroyées par des sociétés affiliées - 162 millions d'euros.

Les effets des variations de périmètre sont liés à l'acquisition de Belmond. Les dettes bancaires figurant au bilan de Belmond à la date d'acquisition ont été remboursées à hauteur de 560 millions d'euros. Voir Note 2.

Dans le cadre de l'offre publique simplifiée sur Christian Dior, Semyrhamis, filiale de Financière Agache, a souscrit en 2017 des crédits syndiqués pour une valeur de 9,0 milliards d'euros, dont la maturité d'origine, avant prorogation éventuelle par l'emprunteur, était comprise entre dix-huit mois et cinq ans. Suite à la distribution en décembre 2019 par Christian Dior d'un acompte sur dividende exceptionnel correspondant à la trésorerie nette excédentaire issue de la cession, en 2017, de la branche Christian Dior Couture, Semyrhamis a remboursé par anticipation sur ces crédits 4,8 milliards d'euros auxquels s'ajoutent les échéances de l'exercice s'élevant à 0,8 milliard d'euros.

Au cours de l'exercice, Christian Dior a remboursé l'emprunt obligataire de 500 millions d'euros émis en 2014.

LVMH a procédé en février 2019 à deux émissions obligataires à taux fixe, pour un montant total de 1,0 milliard d'euros, dont 300 millions d'euros remboursables en 2021 et 700 millions d'euros remboursables en 2023. Au cours de l'exercice, LVMH a remboursé l'emprunt obligataire de 300 millions d'euros émis en 2014, celui de 600 millions d'euros émis en 2013, ainsi que l'emprunt obligataire de 150 millions de dollars australiens émis en 2014.

Au cours de l'exercice 2018, LVMH a remboursé la dette obligataire de 500 millions d'euros émise en 2011, et celle de 1 250 millions d'euros émise en 2017.

La société Financière Agache avait émis en août 2017 un emprunt obligataire d'un montant de 50 millions d'euros à échéance août 2022, abondé à hauteur de 70 millions d'euros en décembre 2017. Remboursables au pair, ces obligations versent un coupon de 1,20%.

Au cours de l'exercice 2017, Financière Agache avait également remboursé l'emprunt obligataire de 275 millions d'euros émis en 2012.

LVMH avait procédé en mai 2017 à une émission obligataire en quatre tranches d'un total de 4,5 milliards d'euros, dont 3,25 milliards à taux fixe et 1,25 milliard à taux variable. LVMH avait également procédé, en juin 2017, à une émission obligataire à taux fixe de 400 millions de livres sterling à échéance juin 2022. L'emprunt a fait l'objet de swaps à l'émission, le convertissant en un emprunt en euros.

Au cours de l'exercice 2017, LVMH avait remboursé la dette obligataire de 850 millions de dollars US émise en 2012, celle de 150 millions d'euros émise en 2009 et celle de 350 millions de livres sterling émise en 2014.

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Note 21), ni les dettes locatives (voir Note 7). La dette de location-financement a été reclassée au sein des dettes locatives.

19.2 Analyse de la dette financière brute par nature

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	5 260	6 062	7 525
Location-financement	-	315	296
Emprunts auprès des établissements de crédit	1 694	2 924	3 800
Autres emprunts et lignes de crédit	571	-	674
DETTE FINANCIÈRE À PLUS D'UN AN	7 525	9 301	12 295
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	1 854	1 496	1 753
Emprunts auprès des établissements de crédit	478	4 720	4 469
Titres de créance à court terme négociables ^(b)	5 576	3 987	2 709
Autres emprunts et lignes de crédit	445	960	446
Découverts bancaires	176	198	120
Intérêts courus	26	35	58
DETTE FINANCIÈRE À MOINS D'UN AN	8 555	11 396	9 555
DETTE FINANCIÈRE BRUTE TOTALE	16 080	20 697	21 850

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

(b) Billets de trésorerie et commercial paper US.



La valeur de marché de la dette financière brute, évaluée sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés, est de 16 143 millions d'euros au 31 décembre 2019 (20 745 millions d'euros au 31 décembre 2018, 21 823 millions d'euros au 31 décembre 2017), dont 8 563 millions d'euros à moins d'un an (11 403 millions d'euros au 31 décembre

2018 et 9 558 millions d'euros au 31 décembre 2017) et 7 579 millions d'euros à plus d'un an (9 343 millions d'euros au 31 décembre 2018, 12 265 millions d'euros au 31 décembre 2017).

Aux 31 décembre 2019, 2018 et 2017, aucun encours n'était comptabilisé selon l'option de juste valeur. Voir Note 1.21.

19.3 Emprunts obligataires et EMTN

Montant nominal (en devises)	Date d'émission	Échéance	Taux effectif initial ^(a) (en %)	31 déc. 2019 (en millions d'euros)	31 déc. 2018 (en millions d'euros)	31 déc. 2017 (en millions d'euros)
EUR 300 000 000	2019	2021	0,03	300	-	-
EUR 700 000 000	2019	2023	0,26	697	-	-
EUR 1 200 000 000	2017	2024	0,82	1 203	1 197	1 192
EUR 120 000 000 ^(b)	2017	2022	1,16	120	121	121
EUR 800 000 000	2017	2022	0,46	800	799	796
GBP 400 000 000	2017	2022	1,09	469	439	445
EUR 1 250 000 000	2017	2020	0,13	1 249	1 248	1 246
EUR 1 250 000 000	2017	2018	variable	-	-	1 253
USD 750 000 000 ^(c)	2016	2021	1,92	660	639	603
EUR 350 000 000	2016	2021	0,86	349	349	348
EUR 650 000 000	2014	2021	1,12	662	664	663
AUD 150 000 000	2014	2019	3,68	-	94	100
EUR 300 000 000	2014	2019	variable	-	300	300
EUR 500 000 000	2014	2019	1,56	-	499	499
EUR 600 000 000	2013	2020	1,89	605	606	606
EUR 600 000 000 ^(d)	2013	2019	1,25	-	603	605
EUR 500 000 000	2011	2018	4,08	-	-	501
TOTAL EMPRUNTS OBLIGATAIRES ET EMTN				7 114	7 558	9 278

(a) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

(b) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 50 millions d'euros émis en août 2017 à un taux effectif initial de 1,32 % et d'un abondement de 70 millions d'euros réalisé en décembre 2017 à un taux effectif initial de 1,05 %.

(c) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 600 millions de dollars US émis en février 2016 à un taux effectif initial de 1,96 % et d'un abondement de 150 millions de dollars US réalisé en avril 2016 à un taux effectif de 1,74 %. Ces rendements ont été déterminés en excluant la composante optionnelle.

(d) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 500 millions d'euros émis en 2013 à un taux effectif initial de 1,38 % et d'un abondement de 100 millions d'euros réalisé en 2014 à un taux effectif de 0,62 %.

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Dette financière brute			Effets des instruments dérivés			Dette financière brute après effets des instruments dérivés		
	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total
	Échéance :								
31 décembre 2020	7 101	1 454	8 555	(220)	291	71	6 881	1 745	8 626
31 décembre 2021	2 044	406	2 450	(551)	511	(40)	1 493	917	2 410
31 décembre 2022	1 426	690	2 116	(605)	595	(10)	821	1 285	2 106
31 décembre 2023	712	-	712	18	-	18	730	-	730
31 décembre 2024	1 217	1 000	2 217	200	(207)	(7)	1 417	793	2 210
31 décembre 2025	11	-	11	-	-	-	11	-	11
Au-delà	19	-	19	-	-	-	19	-	19
TOTAL	12 530	3 550	16 080	(1 158)	1 190	32	11 372	4 740	16 112

Voir Note 23.4 concernant les valeurs de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2020 de la dette financière brute se décompose ainsi par trimestre :

<i>(en millions d'euros)</i>	Échéance 2020
Premier trimestre	5 234
Deuxième trimestre	3 073
Troisième trimestre	11
Quatrième trimestre	237
TOTAL	8 555

19.5 Analyse de la dette financière brute par devise après effet des instruments dérivés

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Euro	10 934	15 671	16 321
Dollar US	3 666	3 649	3 594
Franc suisse	48	46	188
Yen japonais	622	662	722
Autres devises	843	802	971
TOTAL	16 112	20 830	21 796

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.

19.6 Sensibilité

Sur la base de la dette au 31 décembre 2019 :

- une hausse instantanée de 1 point sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une augmentation de 39 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une baisse de 103 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés ;
- une baisse instantanée de 1 point de ces mêmes courbes aurait pour effet une diminution de 30 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une hausse de 103 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés ;
- une hausse instantanée de 1 point de ces mêmes courbes aurait pour effet une augmentation des capitaux propres de l'ordre de 10 millions d'euros, résultant de la variation de valeur de marché des instruments de couverture de la charge d'intérêt future ;

- une baisse instantanée de 1 point de ces mêmes courbes aurait pour effet une réduction des capitaux propres de l'ordre de 10 millions d'euros, résultant de la variation de valeur de marché des instruments de couverture de la charge d'intérêt future.

19.7 Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, le Groupe peut s'engager à respecter certains ratios financiers ou à détenir des pourcentages d'intérêt et/ou de droits de vote de certaines de ses filiales.

19.8 Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2019, l'encours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 23,8 milliards d'euros dont 15,2 milliards d'euros mises en place afin de sécuriser le financement de l'acquisition de Tiffany.

19.9 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2019, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 2,0 milliards d'euros.

NOTE 20 – PROVISIONS ET AUTRES PASSIFS NON COURANTS

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

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Provisions à plus d'un an	1 457	1 244	1 294
Positions fiscales incertaines	1 169	1 261	1 288
Instruments dérivés ^(b)	713	286	229
Participation du personnel aux résultats	96	89	94
Autres dettes	374	386	370
Provisions et autres passifs non courants	3 809	3 266	3 275

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

(b) Voir Note 23.

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

(en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	812	605	625
Provisions pour risques et charges	646	639	669
Part à plus d'un an	1 457	1 244	1 294
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	8	7	4
Provisions pour risques et charges	408	365	402
Part à moins d'un an	416	372	406
TOTAL	1 873	1 616	1 700

Les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante au cours de l'exercice :

(en millions d'euros)	31 déc. 2018	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres ^(a)	31 déc. 2019
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	612	159	(124)	(1)	-	173	820
Provisions pour risques et charges	1 004	374	(208)	(130)	13	-	1 054
TOTAL	1 616	533	(332)	(130)	13	173	1 873

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

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges (voir Note 32), 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 31 décembre 2019, 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 exercable à chaque instant 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 %), Rimowa (20 %), ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

**NOTE 22 – FOURNISSEURS ET AUTRES PASSIFS COURANTS****22.1 Fournisseurs et comptes rattachés**

La variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Au 31 décembre	5 315	4 541	4 384
Effets des changements de norme	(108)	-	-
Au 1^{er} janvier après retraitement	5 207	4 541	4 384
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	335	714	311
Variation des clients créditeurs	9	8	4
Effets des variations de périmètre	216	7	52
Effets des variations de change	56	50	(203)
Reclassements	(8)	(5)	(7)
AU 31 DÉCEMBRE	5 815	5 315	4 541

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

22.2 Provisions et autres passifs courants

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018 ^(a)	31 déc. 2017 ^(a)
Provisions à moins d'un an ^(b)	416	372	406
Instruments dérivés ^(c)	138	166	45
Personnel et organismes sociaux	1 788	1 670	1 530
Participation du personnel aux résultats	123	105	101
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	753	687	636
Clients : avances et acomptes versés	559	398	354
Provision pour retour et reprise de produits ^(d)	399	356	-
Différé de règlement d'immobilisations	770	646	548
Produits constatés d'avance	275	274	256
Autres dettes	1 098	1 293	1 287
TOTAL	6 316	5 967	5 163

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

(b) Voir Note 20.

(c) Voir Note 23.

(d) Voir Note 1.26.

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, ainsi que les transactions sur actions et instruments financiers sont effectuées 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.

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 Actifs et passifs financiers comptabilisés à la juste valeur ventilés par méthode de valorisation

	31 décembre 2019			31 décembre 2018			31 décembre 2017		
	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents (parts de SICAV et FCP monétaires)	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents (parts de SICAV et FCP monétaires)	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents (parts de SICAV et FCP monétaires)
<i>(en millions d'euros)</i>									
Valorisation ^(a) :									
Cotation boursière	2 084	-	6 351	3 900	-	9 135	4 019	-	7 951
Modèle de valorisation reposant sur des données de marché	467	962	-	389	380	-	453	744	-
Cotations privées	585	-	-	448	-	-	318	-	-
ACTIFS	3 136	962	6 351	4 737	380	9 135	4 790	744	7 951
Valorisation ^(a) :									
Cotation boursière	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Modèle de valorisation reposant sur des données de marché	-	852	-	-	452	-	-	274	-
Cotations privées	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSIFS	-	852	-	-	452	-	-	274	-

(a) Voir Note 1.9 concernant les méthodes de valorisation.

Les instruments dérivés utilisés par le Groupe sont valorisés à leur juste valeur, évaluée au moyen de modèles de valorisation communément utilisés et sur la base de données de marché. Le risque de contrepartie relatif à ces instruments dérivés (« Credit valuation adjustment ») est évalué sur la base de spreads

de crédit issus de données de marché observables, et de la valeur de marché des instruments dérivés ajustée par des add-ons forfaitaires fonction du type de sous-jacent et de la maturité de l'instrument dérivé. Celui-ci est non significatif aux 31 décembre 2019, 2018 et 2017.

Le montant des actifs financiers évalués sur la base de cotations privées a évolué ainsi au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2019 :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019
Au 1^{er} janvier	448
Acquisitions	135
Cessions (à valeur de vente)	(4)
Gains et pertes enregistrés en résultat	(28)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	67
Reclassements	(34)
AU 31 DÉCEMBRE	585

23.3 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	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Risque de taux d'intérêt				
Actifs : non courants		20	23	33
courants		12	12	10
Passifs : non courants		(4)	(10)	(8)
courants		(14)	(12)	(6)
	23.4	15	13	29
Risque de change				
Actifs : non courants		68	18	34
courants		165	108	485
Passifs : non courants		(15)	(60)	(42)
courants		(124)	(154)	(39)
	23.5	93	(88)	438
Autres risques				
Actifs : non courants		694	216	179
courants		3	3	3
Passifs : non courants		(694)	(216)	(179)
courants		-	-	-
	23.6	3	3	3
Total				
Actifs : non courants	10	782	257	246
courants	15	180	123	498
Passifs : non courants	20	(713)	(286)	(229)
courants	22	(138)	(166)	(45)
		110	(72)	470

L'incidence des instruments financiers sur l'état global des gains et pertes consolidés de l'exercice se décompose ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	Risque de change ^(a)				Risque de taux d'intérêt ^(b)					Total ^(c)
	Réévaluations des parts efficaces dont :				Réévaluation du coût des couvertures	Total	Rééva- luations des parts efficaces	Inefficacité	Total	
	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	Couvertures de juste valeur	Couvertures d'actifs nets en devises	Total						
Variation en compte de résultat	-	(76)	-	(76)	-	(76)	3	(2)	1	(75)
Variation en gains et pertes consolidés	14	-	(32)	(18)	29	11	2	2	4	15

(a) Voir Notes 1.8 et 1.22 concernant les principes de réévaluation des instruments de couverture de risque de change.

(b) Voir Notes 1.21 et 1.22 concernant les principes de réévaluation des instruments de couverture du risque de taux d'intérêt.

(c) Gain /(Perte).

La réévaluation des éléments couverts inscrits au bilan compensant la réévaluation des parts efficaces des instruments de couverture de juste valeur (voir Note 1.21), aucune inefficacité au titre des couvertures de change n'a été constatée au cours de l'exercice.

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

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

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie, au 31 décembre 2019 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ^{(a) (b)}			
	À un an	Entre un et cinq ans	Au-delà	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux, payeur de taux variable	400	1 620	-	2 020	-	27	-	27
Swaps de taux, payeur de taux fixe	113	1 589	-	1 702	(5)	-	(4)	(9)
Swaps de devises, payeur de taux euro	-	470	-	470	-	1	-	1
Swaps de devises, receveur de taux euro	57	133	-	190	-	(4)	-	(4)
TOTAL					(5)	24	(4)	15

(a) Gain /(Perte).

(b) Voir Note 1.9 concernant les modalités d'évaluation à valeur de marché.

23.5 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de change

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

(couverture de juste valeur), soit aux transactions prévisionnelles des exercices suivants (couverture des flux de trésorerie futurs).

Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts progressivement, dans la limite d'un horizon qui n'excède un an que dans les cas où les probabilités de réalisation le justifient. Dans ce cadre, et selon les évolutions de marché, les risques de change identifiés sont couverts par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.



En outre, le Groupe peut couvrir les situations nettes de ses filiales situées hors zone euro par des instruments appropriés, ayant pour objet de limiter l'effet sur ses capitaux propres consolidés des variations de parité des devises concernées contre l'euro.

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de change en vie au 31 décembre 2019 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation ^(a)				Valeur de marché ^{(b) (c)}				
	2019	2020	Au-delà	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées									
Put USD	-	241	-	241	8	-	-	-	8
Put JPY	-	28	20	48	1	-	-	-	1
Put GBP	-	123	-	123	3	-	-	-	3
Autres	-	84	-	84	2	-	-	-	2
	-	476	20	496	14	-	-	-	14
Tunnels									
Vendeur USD	356	5 737	519	6 612	90	-	-	-	90
Vendeur JPY	23	1 267	17	1 307	20	-	-	-	20
Vendeur GBP	8	425	-	433	-	-	-	-	-
Vendeur HKD	-	464	-	464	3	-	-	-	3
Vendeur CNY	-	504	34	538	12	-	-	-	12
	387	8 397	570	9 354	125	-	-	-	125
Contrats à terme									
USD	239	(145)	-	94	1	2	-	-	3
HKD	-	-	-	-	-	-	-	-	-
JPY	35	-	-	35	-	-	-	-	-
CHF	(10)	-	-	(10)	-	1	-	-	1
RUB	39	-	-	39	-	(1)	-	-	(1)
CNY	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GBP	36	9	-	45	-	-	-	-	-
Autres	104	16	-	120	(1)	(2)	-	-	(3)
	443	(120)	-	323	-	-	-	-	-
Swaps cambistes									
USD	136	445	(534)	47	-	(37)	6	-	(31)
GBP	1 098	-	-	1 098	-	4	-	-	4
JPY	317	-	-	317	-	(9)	-	-	(9)
CNY	(325)	19	11	(295)	-	(2)	-	-	(2)
Autres	92	-	-	92	-	(4)	(4)	-	(8)
	1 318	464	(523)	1 259	-	(48)	2	-	(46)
TOTAL	2 148	9 217	67	11 432	139	(48)	2	-	93

(a) Vente/(Achat).

(b) Voir Note 1.9 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

(c) Gain/(Perte).

L'effet en résultat des couvertures de flux de trésorerie futurs ainsi que les flux de trésorerie futurs couverts par ces instruments seront comptabilisés en 2020 principalement, leur montant étant fonction des cours de change en vigueur à cette date.

Les incidences sur le résultat net de l'exercice 2019 d'une variation de 10% du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar contre l'euro, y compris l'effet des couvertures en vie durant l'exercice, par rapport aux cours qui se sont appliqués en 2019 auraient été les suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Incidences liées :								
• au taux d'encaissement des ventes en devises	62	(231)	66	(48)	-	-	6	(19)
• à la conversion des résultats des sociétés consolidées situées hors zone euro	110	(110)	36	(36)	27	(27)	27	(27)
Incidences sur le résultat net	172	(341)	102	(84)	27	(27)	33	(46)

Les données figurant dans le tableau ci-dessus doivent être appréciées sur la base des caractéristiques des instruments de couverture en vie au cours de l'exercice 2019, constitués principalement d'options et de tunnels.

Au 31 décembre 2019, les encaissements prévisionnels de 2020 en dollar US et yen japonais sont couverts à hauteur de 80%. A minima pour la part couverte, les cours de cession s'élèveront à 1,15 USD/EUR pour le dollar US et 124 JPY/EUR pour le yen japonais.

L'incidence des variations de change sur les capitaux propres hors résultat net peut être évaluée au 31 décembre 2019 à travers les effets d'une variation de 10% du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar contre l'euro par rapport aux cours à la même date :

<i>(en millions d'euros)</i>	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Conversion de l'actif net en devises	374	(374)	47	(47)	311	(311)	78	(78)
Variation de valeur des instruments de couverture, après impôt	(253)	306	(7)	66	(46)	38	(20)	21
Incidences sur les capitaux propres, hors résultat net	121	(68)	40	19	265	(273)	58	(57)

23.6 Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

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

Le Groupe est exposé aux risques de variation de cours des actions soit directement, en raison de la détention de participations en tout ou partie ou de placements financiers, soit indirectement du fait de la détention de fonds eux-mêmes investis en tout ou partie 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 18 des Comptes consolidés au 31 décembre 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. Conformément aux principes comptables applicables, les composantes optionnelles des obligations convertibles et des instruments financiers souscrits en couverture sont enregistrées au niveau du poste « Instruments dérivés ». La variation de valeur de marché de ces options est directement liée à l'évolution du cours de l'action LVMH.

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas, afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place, soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs, ou le prix de produits semi-finis avec des producteurs, soit en direct par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or. Les instruments dérivés liés à la couverture du prix des métaux précieux en vie au 31 décembre 2019 ont une valeur de marché positive de 2 millions d'euros. D'un montant nominal de 199 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2019, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe de 1 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2020.

23.7 Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen de sa dette financière à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés, soit 8,6 milliards d'euros, rapporté au solde de trésorerie et équivalents de 6,4 milliards d'euros, ou de l'encours de ses programmes de titres de créance à court terme négociables, soit 5,6 milliards d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 23,8 milliards d'euros, dont 15,2 milliards d'euros de lignes mises en place afin de sécuriser le financement de l'acquisition de Tiffany.

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

Le tableau suivant présente, pour les passifs financiers comptabilisés au 31 décembre 2019, l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux passifs financiers (hors instruments dérivés), nominal et intérêts, hors effet d'actualisation :

<i>(en millions d'euros)</i>	2020	2021	2022	2023	2024	Au-delà de 5 ans	Total
Emprunts obligataires et EMTN	1 889	1 993	1 409	710	1 209	-	7 211
Emprunts auprès des établissements de crédit	502	481	166	23	1 021	32	2 226
Autres emprunts et lignes de crédit	456	10	581	-	-	-	1 047
Titres de créance à court terme négociables ^(a)	5 576	-	-	-	-	-	5 576
Découverts bancaires	176	-	-	-	-	-	176
Dette financière brute	8 599	2 485	2 156	733	2 230	32	16 236
Autres passifs, courants et non courants ^(b)	5 493	73	32	25	23	42	5 688
Fournisseurs et comptes rattachés	5 815	-	-	-	-	-	5 815
Autres passifs financiers	11 308	73	32	25	23	42	11 503
TOTAL DES PASSIFS FINANCIERS	19 907	2 558	2 188	758	2 253	74	27 739

(a) Billets de trésorerie et commercial paper US.

(b) Correspond à hauteur de 5 489 millions d'euros aux « Autres passifs courants » (hors instruments dérivés et produits constatés d'avance) et de 199 millions d'euros aux « Autres passifs non courants » (hors instruments dérivés, engagements d'achat de titres de minoritaires et produits constatés d'avance d'un montant de 272 millions d'euros au 31 décembre 2019).

Voir Note 7 pour l'échéancier des décaissements relatifs aux contrats de location.

Voir Note 31.2 concernant l'échéancier contractuel des cautions et avals, Note 19.5 et 23.5 concernant les instruments dérivés de change et Note 23.4 concernant les instruments dérivés de taux.

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.

24.1 Informations par groupe d'activités

Exercice 2019

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(b)	Total
Ventes hors Groupe	5 547	22 164	5 738	4 286	14 737	1 200	-	53 671
Ventes intra-Groupe	28	73	1 097	120	54	16	(1 388)	-
TOTAL DES VENTES	5 576	22 237	6 835	4 405	14 791	1 215	(1 388)	53 671
Résultat opérationnel courant	1 729	7 344	683	736	1 395	(369)	(32)	11 486
Autres produits et charges opérationnels	(7)	(20)	(27)	(28)	(15)	(135)	-	(231)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(191)	(1 856)	(431)	(477)	(1 408)	(251)	98	(4 517)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	<i>(51)</i>	<i>(1 146)</i>	<i>(141)</i>	<i>(250)</i>	<i>(872)</i>	<i>(85)</i>	<i>98</i>	<i>(2 408)</i>
<i>Autres</i>	<i>(160)</i>	<i>(710)</i>	<i>(290)</i>	<i>(247)</i>	<i>(536)</i>	<i>(166)</i>	-	<i>(2 109)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(c)	9 622	7 446	2 118	5 723	3 470	2 648	-	31 027
Droits d'utilisation	116	5 239	487	1 196	5 012	824	(465)	12 409
Immobilisations corporelles	3 142	3 627	773	610	1 919	7 865	(7)	17 929
Stocks	5 818	2 884	830	1 823	2 691	238	(375)	13 910
Autres actifs opérationnels	1 547	2 028	1 518	740	895	1 319	14 583 ^(d)	22 630
TOTAL ACTIF	20 245	21 224	5 726	10 092	13 987	12 894	13 736	97 905
Capitaux propres							36 670	36 670
Dettes locatives	118	5 191	481	1 141	5 160	888	(434)	12 545
Autres passifs	1 727	4 719	2 321	1 046	2 938	1 691	34 248 ^(e)	48 690
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	1 845	9 910	2 802	2 187	8 098	2 579	70 484	97 905
Investissements d'exploitation ^(f)	(325)	(1 199)	(378)	(296)	(659)	(475)	-	(3 332)

**Exercice 2018⁽⁹⁾**

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(b)	Total
Ventes hors Groupe	5 115	18 389	5 015	4 012	13 599	701	-	46 831
Ventes intra-Groupe	28	66	1 077	111	47	19	(1 348)	-
TOTAL DES VENTES	5 143	18 455	6 092	4 123	13 646	720	(1 348)	46 831
Résultat opérationnel courant	1 629	5 943	676	703	1 382	(273)	(60)	10 000
Autres produits et charges opérationnels	(3)	(10)	(16)	(4)	(5)	(88)	-	(126)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(162)	(764)	(275)	(239)	(463)	(168)	-	(2 071)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Autres</i>	<i>(162)</i>	<i>(764)</i>	<i>(275)</i>	<i>(239)</i>	<i>(463)</i>	<i>(168)</i>	-	<i>(2 071)</i>
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(c)	8 195	7 573	2 123	5 791	3 430	1 649	-	28 761
Droits d'utilisation	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisations corporelles	2 871	3 193	677	576	1 817	5 348	(7)	14 475
Stocks	5 471	2 364	842	1 609	2 532	198	(356)	12 660
Autres actifs opérationnels	1 449	1 596	1 401	721	870	976	17 605 ^(d)	24 618
TOTAL ACTIF	17 986	14 726	5 043	8 697	8 649	8 171	17 242	80 514
Capitaux propres							30 836	30 836
Dettes locatives	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres passifs	1 580	4 262	2 115	1 075	3 005	1 262	36 379 ^(e)	49 678
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	1 580	4 262	2 115	1 075	3 005	1 262	67 215	80 514
Investissements d'exploitation ^(f)	(298)	(827)	(330)	(303)	(537)	(743)	-	(3 038)

Exercice 2017^(g)

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie ^(a)	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(b)	Total
Ventes hors Groupe	5 051	16 467	4 532	3 721	13 266	630	-	43 667
Ventes intra-Groupe	33	52	1 028	84	45	35	(1 277)	-
TOTAL DES VENTES	5 084	16 519	5 560	3 805	13 311	665	(1 277)	43 667
Résultat opérationnel courant	1 558	5 022	600	512	1 075	(370)	(48)	8 349
Autres produits et charges opérationnels	(18)	(31)	(8)	(78)	(42)	(2)	-	(179)
Charges d'amortissement et de dépréciation	(158)	(742)	(254)	(273)	(510)	(67)	-	(2 004)
<i>Dont : Droits d'utilisation</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Autres</i>	(158)	(742)	(254)	(273)	(510)	(67)	-	(2 004)
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(c)	8 313	7 477	1 997	5 684	3 348	1 754	-	28 573
Droits d'utilisation	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisations corporelles	2 740	3 058	607	537	1 701	4 593	(7)	13 229
Stocks	5 115	1 884	634	1 420	2 111	174	(293)	11 045
Autres actifs opérationnels	1 449	1 234	1 108	598	845	1 284	16 936 ^(d)	23 454
TOTAL ACTIF	17 617	13 653	4 346	8 259	8 005	7 805	16 636	76 301
Capitaux propres							26 893	26 893
Dettes locatives	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres passifs	1 544	3 539	1 706	895	2 839	1 255	37 630 ^(e)	49 408
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	1 544	3 539	1 706	895	2 839	1 255	64 523	76 301
Investissements d'exploitation ^(f)	(292)	(804)	(286)	(269)	(570)	(296)	1	(2 516)

(a) Suite à la cession au sein du Groupe consolidé, le 3 juillet 2017, de la branche Christian Dior Couture par la société Christian Dior à la société LVMH, les chiffres relatifs à Christian Dior Couture sont intégrés aux chiffres du groupe d'activités Mode et Maroquinerie pour l'exercice 2017.

(b) 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.

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

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

(e) 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.

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

(g) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.



24.2 Informations par zone géographique

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

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
France	4 726	4 496	4 293
Europe (hors France)	10 203	8 731	8 215
États-Unis	12 613	11 207	10 793
Japon	3 878	3 351	3 008
Asie (hors Japon)	16 189	13 723	12 259
Autres pays	6 062	5 323	5 099
VENTES	53 671	46 831	43 667

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

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
France	1 277	1 054	934
Europe (hors France)	687	539	459
États-Unis	453	765	399
Japon	133	80	252
Asie (hors Japon)	534	411	318
Autres pays	248	189	154
INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION	3 332	3 038	2 516

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 génèrent 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 ^(a)	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	1 349	5 111	1 687	1 046	3 510	187	(352)	12 538
Deuxième trimestre	1 137	5 314	1 549	1 089	3 588	193	(326)	12 544
Troisième trimestre	1 433	5 448	1 676	1 126	3 457	511 ^(b)	(335)	13 316
Quatrième trimestre	1 657	6 364	1 923	1 144	4 236	324	(375)	15 273
TOTAL 2019	5 576	22 237	6 835	4 405	14 791	1 215	(1 388)	53 671
Premier trimestre	1 195	4 270	1 500	959	3 104	161	(335)	10 854
Deuxième trimestre	1 076	4 324	1 377	1 019	3 221	187	(307)	10 897
Troisième trimestre	1 294	4 458	1 533	1 043	3 219	174	(341)	11 380
Quatrième trimestre	1 578	5 403	1 682	1 102	4 102	198	(365)	13 700
TOTAL 2018	5 143	18 455	6 092	4 123	13 646	720	(1 348)	46 831
Premier trimestre	1 196	3 911	1 395	879	3 154	170	(324)	10 381
Deuxième trimestre	1 098	4 035 ^(c)	1 275	959	3 126	168	(297)	10 364
Troisième trimestre	1 220	3 939	1 395	951	3 055	147	(326)	10 381
Quatrième trimestre	1 570	4 634	1 495	1 016	3 976	180	(330)	12 541
TOTAL 2017	5 084	16 519	5 560	3 805	13 311	665	(1 277)	43 667

(a) Suite à la cession au sein du Groupe consolidé, le 3 juillet 2017, de la branche Christian Dior Couture par la société Christian Dior à la société LVMH, les chiffres relatifs à Christian Dior Couture sont intégrés aux chiffres du groupe d'activités Mode et Maroquinerie pour l'exercice 2017.

(b) Inclut la totalité des ventes de Belmond pour la période d'avril à septembre 2019.

(c) Inclut la totalité des ventes de Rimowa pour le premier semestre 2017.

NOTE 25 – VENTES ET CHARGES PAR NATURE

25.1 Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Ventes réalisées par les marques et enseignes	53 302	46 427	43 250
Royalties et revenus de licences	110	114	108
Revenus des immeubles locatifs	20	23	18
Autres revenus	239	267	291
TOTAL	53 671	46 831	43 667

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres boutiques, y compris les ventes réalisées via les sites e-commerce, représente environ 70% des ventes de l'exercice 2019 (69% des

ventes de l'exercice 2018 et 70% des ventes de l'exercice 2017), soit 37 356 millions d'euros en 2019 (32 081 millions d'euros en 2018 et 30 512 millions d'euros en 2017).

25.2 Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Frais de publicité et de promotion	6 265	5 518	4 961
Charges de personnel	9 423	8 295	7 925
Dépenses de recherche et développement	140	130	130

Voir également Note 7 concernant le détail des charges liées aux contrats de location.

Les frais de publicité et de promotion sont principalement constitués du coût des campagnes médias et des frais de publicité sur les lieux de vente ; ils intègrent également les frais de personnel dédié à cette fonction.

Au 31 décembre 2019, le nombre de boutiques exploitées par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 4 915 (4 592 au 31 décembre 2018, 4 374 au 31 décembre 2017).

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Salaires et charges sociales	9 180	8 081	7 739
Retraites, participation aux frais médicaux et avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies ^(a)	167	127	113
Charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés ^(b)	75	87	73
CHARGES DE PERSONNEL	9 423	8 295	7 925

(a) Voir Note 30.

(b) Voir Note 17.4.

La répartition par catégorie professionnelle de l'effectif moyen au cours des exercices présentés en équivalent temps plein s'établit ainsi :

<i>(en nombre et en pourcentage)</i>	31 déc. 2019	%	31 déc. 2018	%	31 déc. 2017	%
Cadres	30 883	21	27 924	21	25 898	20
Techniciens, responsables d'équipe	14 774	10	14 057	10	13 455	10
Employés administratifs, personnel de vente	81 376	55	76 772	56	72 981	57
Personnel de production	20 682	14	17 880	13	16 303	13
TOTAL	147 715	100	136 633	100	128 637	100

25.3 Honoraires des Commissaires aux comptes

Le montant des honoraires des Commissaires aux comptes de Financière Agache et des membres de leurs réseaux enregistrés dans le compte de résultat consolidé de l'exercice 2019 se détaille comme suit :

<i>(en millions d'euros, hors taxes)</i>			31 déc. 2019
	ERNST & YOUNG et Autres	MAZARS	Total
Honoraires relatifs à des prestations d'audit	10	8	18
Prestations fiscales	3	n.s.	3
Autres	2	n.s.	2
Total des honoraires relatifs à des prestations autres que l'audit	5	n.s.	5
TOTAL	15	8	23

n.s. : non significatif.

Les honoraires relatifs aux prestations d'audit incluent des prestations connexes aux missions de certification des comptes consolidés et statutaires pour des montants peu significatifs. Outre les prestations fiscales, principalement réalisées hors de France afin de permettre aux filiales et aux expatriés du Groupe

de répondre à leurs obligations déclaratives locales, les prestations autres que l'audit incluent des attestations de natures diverses, portant principalement sur le chiffre d'affaires de certaines boutiques requises par les bailleurs, ainsi que des vérifications particulières réalisées à la demande du Groupe.

NOTE 26 – AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Résultat de cessions	-	(5)	(14)
Réorganisations	(57)	1	(19)
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(45)	(10)	(13)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(26)	(117)	(129)
Autres, nets	(104)	5	(4)
AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	(231)	(126)	(179)

Les dépréciations ou amortissements enregistrés portent essentiellement sur des marques et écarts d'acquisition.

Les autres charges nettes incluent notamment le don pour la reconstruction de Notre-Dame de Paris pour un montant de 100 millions d'euros.

NOTE 27 – RÉSULTAT FINANCIER

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018 ^(a)	2017 ^(a)
Coût de la dette financière brute	(243)	(272)	(233)
Produits de la trésorerie, des placements financiers et des créances	65	71	48
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(2)	(3)	(1)
Coût de la dette financière nette	(180)	(204)	(186)
Intérêts sur dettes locatives	(290)	-	-
Part dans le résultat des sociétés non opérationnelles mises en équivalence	41	24	20
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	9	39	47
Coût des dérivés de change	(235)	(175)	(169)
Effets des réévaluations des investissements et placements financiers	70	(99)	214
Autres, nets	(29)	(26)	(66)
Autres produits et charges financiers	(186)	(261)	26
RÉSULTAT FINANCIER	(615)	(441)	(140)

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Revenus de la trésorerie et équivalents	33	26	20
Revenus des créances et placements financiers	32	45	28
PRODUITS DE LA TRÉSORERIE, DES PLACEMENTS FINANCIERS ET DES CRÉANCES	65	71	48

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Dette financière couverte	(3)	1	28
Dérivés de couverture	3	(1)	(30)
Dérivés non affectés	(1)	(3)	1
EFFETS DES RÉÉVALUATIONS DE LA DETTE FINANCIÈRE ET INSTRUMENTS DE TAUX	(2)	(3)	(1)

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Coût des dérivés de change commerciaux	(230)	(159)	(174)
Coût des dérivés de change relatifs aux actifs nets en devises	5	4	(3)
Coût et autres éléments relatifs aux autres dérivés de change	(11)	(20)	8
COÛT DES DÉRIVÉS DE CHANGE	(235)	(175)	(169)

NOTE 28 – IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

28.1 Analyse de la charge d'impôt

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Impôt courant de l'exercice	(3 351)	(2 660)	(2 927)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	12	76	599
Impôt courant	(3 339)	(2 584)	(2 328)
Variation des impôts différés	383	57	12
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	(10)	(1)	50
Impôts différés	373	56	62
CHARGE TOTALE D'IMPÔT AU COMPTE DE RÉSULTAT	(2 966)	(2 528)	(2 266)
IMPÔTS SUR LES ÉLÉMENTS COMPTABILISÉS EN CAPITAUX PROPRES	(31)	111	(213)^(a)

(a) Dont - 143 millions d'euros au 31 décembre 2017, après prise en compte des reports déficitaires, d'impôt relatif à la plus-value de cession de la branche Christian Dior Couture à LVMH. Voir Note 2.

En octobre 2017, le Conseil constitutionnel français invalidait le dispositif de la taxe sur les dividendes instituée depuis 2012 qui obligeait les sociétés à payer une taxe d'un montant égal à 3% des dividendes versés. Afin de financer ce remboursement, une surtaxe exceptionnelle était instituée ; cette taxe supplémentaire majorait de 15 % ou 30 %, selon le seuil de chiffre d'affaires réalisé, le montant de l'impôt dû par les sociétés françaises au titre de l'exercice 2017. Le montant du remboursement perçu, y compris intérêts moratoires, net de la surtaxe exceptionnelle était un produit de 345 millions d'euros.

En 2017, les changements de taux d'impôt ont eu deux effets opposés sur les impôts différés. D'une part, la Loi de finances française pour 2018 poursuivait la réduction du taux d'impôt initiée par la Loi de finances 2017 et baissait le taux d'impôt à 25,83 % à partir de 2022 ; les impôts différés à long terme des entités françaises, essentiellement relatifs aux marques acquises, ont été réévalués selon le taux applicable à partir de 2022. D'autre part, la réforme fiscale décidée aux États-Unis baissait, à compter de 2018, le taux d'imposition global de 40 % à 27 % ; les impôts différés essentiellement actifs des entités imposables aux États-Unis ont été réévalués en conséquence.

28.2 Ventilation des impôts différés nets au bilan

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Impôts différés actifs	2 278	1 937	1 747
Impôts différés passifs	(5 124)	(4 603)	(4 549)
IMPÔTS DIFFÉRÉS NETS AU BILAN	(2 846)	(2 666)	(2 802)

28.3 Analyse de l'écart entre le taux d'imposition effectif et le taux d'imposition théorique

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Résultat avant impôt	10 640	9 433	8 030
<i>Dont : sociétés mises en équivalence soumises à l'impôt sur les sociétés</i>	<i>41</i>	<i>24</i>	<i>20</i>
Résultat taxable avant impôt	10 599	9 409	8 010
Charge totale d'impôt	(2 966)	(2 528)	(2 266)
TAUX D'IMPOSITION EFFECTIF	28,0 %	26,9 %	28,3 %



Le rapprochement entre le taux d'imposition théorique, qui est le taux légal applicable aux sociétés françaises, y compris la contribution sociale de 3,3 % et le taux d'imposition effectif constaté dans les états financiers consolidés, s'établit de la façon suivante :

<i>(en pourcentage du résultat avant impôt)</i>	2019	2018	2017
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,4
Changements de taux d'impôt ^(a)	(0,1)	-	(2,2)
Différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(8,9)	(8,9)	(6,5)
Résultats et reports déficitaires, et autres variations d'impôts différés	(0,2)	0,7	1,1
Différences entre les résultats consolidés et imposables, et résultats imposables à un taux réduit	-	(1,0)	4,4
Taxe sur les dividendes applicable aux sociétés françaises, nette de la surtaxe exceptionnelle d'IS	-	-	(4,4)
Impôts de distribution ^(b)	2,8	1,7	1,5
TAUX D'IMPOSITION EFFECTIF DU GROUPE	28,0	26,9	28,3

(a) Voir Note 28.1.

(b) Les impôts de distribution sont principalement relatifs à la taxation des dividendes intra-Groupe.

28.4 Sources d'impôts différés

Au compte de résultat ^(a)

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Évaluation des marques	32	(1)	199
Autres écarts de réévaluation	11	2	68
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(15)	6	(51)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	-	(3)	3
Provisions pour risques et charges	182	(63)	(74)
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	118	85	(44)
Autres retraitements de consolidation	9	14	(15)
Reports déficitaires	36	16	(24)
TOTAL	373	56	62

(a) Produits/(Charges).

En variation des capitaux propres ^(a)

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Réévaluation des terres à vigne à valeur de marché	(11)	(2)	82
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(59)	23	31
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(11)	112	(111)
Gains et pertes au titre des engagements envers le personnel	39	(5)	(24)
TOTAL	(41)	128	(22)

(a) Gains/(Pertes).

Au bilan ^(a)

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Évaluation des marques	(3 640)	(3 629)	(3 599)
Réévaluation des terres à vigne à valeur de marché	(585)	(574)	(565)
Autres écarts de réévaluation	(720)	(280)	(282)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(139)	(65)	(61)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	40	50	(53)
Provisions pour risques et charges	693	551	596
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	921	795	707
Autres retraitements de consolidation	507	448	430
Reports déficitaires	77	38	25
TOTAL	(2 846)	(2 666)	(2 802)

(a) Actif/(Passif).

28.5 Consolidations fiscales

- Le régime français d'intégration fiscale permet à la quasi-totalité des sociétés françaises du Groupe de compenser leurs résultats imposables pour la détermination de la charge d'impôt d'ensemble, dont seule la société mère intégrante reste redevable.

Financière Agache et ses filiales françaises détenues à plus de 95 % font partie du groupe d'intégration fiscale dont la tête de groupe est la société Groupe Arnault.

Christian Dior formait avec la plupart de ses filiales françaises détenues à plus de 95 %, en 2017 et au cours des exercices antérieurs, un groupe d'intégration fiscale dont elle était mère intégrante.

Christian Dior et ses filiales françaises détenues à plus de 95 % ont rejoint le groupe d'intégration fiscale dont la tête de groupe est Groupe Arnault depuis le 1^{er} janvier 2018.

LVMH SE et la plupart de ses filiales françaises détenues à plus de 95 % constituent un autre groupe d'intégration fiscale

dont la société mère intégrante est LVMH SE. L'estimation de la diminution de la charge d'impôt courant de ce groupe d'intégration s'élève à une diminution de la charge de 138 millions d'euros au cours de l'exercice clos au 31 décembre 2019 (diminution de la charge d'impôt de 225 millions d'euros en 2018 et augmentation de la charge d'impôt de 6 millions d'euros en 2017).

- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur, notamment aux États-Unis, ont généré une diminution de la charge d'impôt courant de 61 millions d'euros au cours de l'exercice 2019 (61 millions d'euros en 2018 et 85 millions d'euros en 2017).

28.6 Reports déficitaires

Au 31 décembre 2019, les reports déficitaires et crédits d'impôt non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs représentent une économie potentielle d'impôt de 623 millions d'euros (677 millions d'euros au 31 décembre 2018 et 637 millions d'euros au 31 décembre 2017).

**NOTE 29 – RÉSULTAT PAR ACTION**

	2019	2018 ^(a)	2017 ^(a)
Résultat net, part du Groupe (<i>en millions d'euros</i>)	2 786	2 499	1 990
Impact des instruments dilutifs sur les filiales (<i>en millions d'euros</i>)	(4)	(8)	(14)
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE DILUÉ (<i>en millions d'euros</i>)	2 782	2 491	1 976
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	3 173 352	3 173 352	3 173 352
Nombre moyen d'actions Financière Agache auto-détenues sur l'exercice	(3 619)	(3 619)	(3 619)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	3 169 733	3 169 733	3 169 733
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE PAR ACTION (<i>en euros</i>)	878,90	788,39	627,81
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	3 169 733	3 169 733	3 169 733
Effet de dilution des plans d'options	-	-	-
NOMBRE MOYEN D' ACTIONS PRIS EN COMPTE POUR LE CALCUL APRÈS EFFETS DILUTIFS	3 169 733	3 169 733	3 169 733
RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE PAR ACTION APRÈS DILUTION (<i>en euros</i>)	877,64	785,87	623,40

(a) Les états financiers aux 31 décembre 2018 et 2017 n'ont pas été retraités des effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location. Voir Note 1.2 concernant les effets de l'application d'IFRS 16.

Au 31 décembre 2019, la totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution.

Aucun événement de nature à modifier significativement le nombre d'actions en circulation ou le nombre d'actions potentielles n'est intervenu entre le 31 décembre 2019 et la date d'arrêté des comptes, le 22 avril 2020.

NOTE 30 – ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL**30.1 Charge de l'exercice**

La charge enregistrée au cours des exercices présentés au titre des engagements de retraite, de participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel s'établit ainsi :

(<i>en millions d'euros</i>)	2019	2018	2017
Coût des services rendus	112	113	110
Coût financier, net	12	12	13
Écarts actuariels	(2)	(1)	-
Modifications des régimes	46	3	(10)
CHARGE DE L'EXERCICE AU TITRE DES RÉGIMES À PRESTATIONS DÉFINIES	167	127	113

Les modifications des régimes correspondent aux effets de la cristallisation des droits au titre des régimes de retraites complémentaires vis-à-vis des membres du Comité exécutif et de cadres

dirigeants du Groupe, suite à l'entrée en vigueur de la Loi Pacte et de l'ordonnance du 3 juillet 2019.

30.2 Engagement net comptabilisé

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Droits couverts par des actifs financiers		1 867	1 515	1 490
Droits non couverts par des actifs financiers		250	189	179
Valeur actualisée des droits		2 117	1 704	1 669
Valeur de marché des actifs financiers		(1 340)	(1 137)	(1 077)
ENGAGEMENT NET COMPTABILISÉ		777	567	592
Dont :				
Provisions à plus d'un an	20	812	605	625
Provisions à moins d'un an	20	8	7	4
Autres actifs		(43)	(45)	(37)
TOTAL		777	567	592

30.3 Analyse de la variation de l'engagement net comptabilisé

<i>(en millions d'euros)</i>	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Engagement net comptabilisé
Au 31 décembre 2018	1 704	(1 137)	567
Coût des services rendus	112	-	112
Coût financier, net	35	(23)	12
Prestations aux bénéficiaires	(95)	66	(29)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(104)	(104)
Contributions des employés	9	(9)	-
Variations de périmètre et reclassifications	22	(22)	-
Modification des régimes	46	-	46
Écarts actuariels	252	(82)	170
Dont : effets d'expérience ^(a)	31	(82)	(51)
changements d'hypothèses démographiques ^(a)	(2)	-	(2)
changements d'hypothèses financières ^(a)	223	-	223
Effet des variations de taux de change	32	(29)	3
AU 31 DÉCEMBRE 2019	2 117	(1 340)	777

(a) (Gains)/Pertes.

Les écarts actuariels liés aux effets d'expérience dégagés durant les quatre exercices précédents se sont élevés à :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2016	2017	2018
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur actualisée des droits	(11)	(1)	4	4
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur de marché des actifs financiers	(12)	(25)	(49)	(41)
ÉCARTS ACTUARIELS LIÉS AUX EFFETS D'EXPÉRIENCE ^(a)	(23)	(26)	(45)	(37)

(a) (Gains)/Pertes.



Les hypothèses actuarielles retenues pour l'estimation des engagements au 31 décembre des exercices présentés dans les principaux pays concernés sont les suivantes :

(en %)	31 décembre 2019					31 décembre 2018					31 décembre 2017				
	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse
Taux d'actualisation ^(a)	0,46	2,99	2,05	0,50	0,10	1,50	4,43	2,90	0,50	0,83	1,50	3,70	2,60	0,50	0,65
Taux d'augmentation future des salaires	2,75	4,39	n.a.	1,87	1,79	2,75	4,59	n.a.	1,99	1,74	2,68	1,70	n.a.	2,00	1,69

(a) Les taux d'actualisation ont été déterminés par référence aux taux de rendement des obligations privées notées AA à la date de clôture dans les pays concernés. Des obligations de maturités comparables à celles des engagements ont été retenues.
n.a. : non applicable.

L'hypothèse d'augmentation du coût des frais médicaux aux États-Unis est de 6,50 % pour 2020 puis décroît progressivement pour atteindre 4,50 % à l'horizon 2037.

Une augmentation de 0,5 point du taux d'actualisation entraînerait une réduction de 139 millions d'euros de la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2019 ; une réduction de 0,5 point du taux d'actualisation entraînerait une augmentation de 152 millions d'euros.

30.4 Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

(en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Retraites complémentaires	1 597	1 300	1 279
Indemnités de départ en retraite et assimilées	427	326	311
Frais médicaux	54	42	45
Médailles du travail	32	27	25
Autres	7	9	9
VALEUR ACTUALISÉE DES DROITS	2 117	1 704	1 669

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

(en millions d'euros)	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
France	887	615	579
Europe (hors France)	581	556	569
États-Unis	454	347	344
Japon	144	136	125
Asie (hors Japon)	44	41	44
Autres pays	7	9	8
VALEUR ACTUALISÉE DES DROITS	2 117	1 704	1 669

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement, au 31 décembre 2019, sont les suivants :

- en France : il s'agit de l'engagement vis-à-vis de certains membres des organes de direction du Groupe, qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées ; il s'agit en outre des indemnités de fin de carrière et médailles du travail, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement lors du départ en retraite ou après une certaine ancienneté ;
- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de retraite à prestations définies mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe, la participation des sociétés suisses au régime légal de retraite (Loi pour la prévoyance professionnelle), ainsi que le TFR (Trattamento di fine rapporto) en Italie, dont le versement est prévu par la loi au moment du départ de l'entreprise, quel qu'en soit le motif ;
- aux États-Unis, l'engagement provient des régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place par certaines sociétés du Groupe.

30.5 Analyse des actifs financiers dédiés

Les valeurs de marché des actifs financiers, dans lesquels les fonds versés sont investis, se répartissent ainsi, par type de support :

<i>(en pourcentage de la valeur de marché des actifs financiers dédiés)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Actions	19	23	25
Obligations :			
- émetteurs privés	35	36	36
- émetteurs publics	8	5	6
Trésorerie, fonds d'investissement, immobilier et autres	38	36	33
TOTAL	100	100	100

Ces actifs ne comprennent pas de titres de créance émis par une société du Groupe, d'actions LVMH ou d'actions Christian Dior pour un montant important. Le Groupe prévoit d'augmenter en 2020 les actifs financiers dédiés par des versements de 122 millions d'euros environ.

NOTE 31 – ENGAGEMENTS HORS BILAN

31.1 Engagements d'achat

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Raisins, vins et eaux-de-vie	2 840	2 040	1 925
Autres engagements d'achat de matières premières	211	215	123
Immobilisations industrielles ou commerciales	674	721	525
Titres de participation et investissements financiers	14 763	2 153	208

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achat auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont évalués, selon la nature des approvisionnements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de clôture et de rendements de production estimés.

Au 31 décembre 2019, les engagements d'achat de titres de participation incluent les effets de l'engagement pris par LVMH d'acquérir, en numéraire, la totalité des actions de Tiffany & Co. (« Tiffany ») au prix unitaire de 135 dollars US, soit 16,2 milliards de dollar US. La réalisation de l'opération, recommandée par le

Conseil d'administration de Tiffany et approuvée le 4 février 2020 par l'Assemblée générale de la société, est prévue pour le milieu d'année 2020, sous réserve de l'obtention des autorisations réglementaires habituelles.

Au 31 décembre 2018, les engagements d'achat de titres de participation incluaient les effets de l'engagement pris par LVMH d'acquérir, en numéraire, la totalité des actions Class A de Belmond Ltd au prix unitaire de 25 dollars US, soit 2,3 milliards de dollar US déduction faite des titres acquis préalablement sur le marché en décembre 2018. La réalisation de cette opération est intervenue en avril 2019, voir Note 2.



Au 31 décembre 2019, l'échéance de ces engagements se décompose comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	D'un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux-de-vie	742	2 058	40	2 840
Autres engagements d'achats de matières premières	152	59	-	211
Immobilisations industrielles ou commerciales	576	100	(2)	674
Titres de participation et investissements financiers	14 603	159	-	14 763

31.2 Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2019, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018	31 déc. 2017
Avals et cautions	371	342	379
Autres garanties	163	160	726
GARANTIES DONNÉES	534	502	1 105
GARANTIES REÇUES	(53)	(70)	(40)

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	D'un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	156	210	5	371
Autres garanties	69	81	13	163
GARANTIES DONNÉES	225	291	18	534
GARANTIES REÇUES	(22)	(27)	(4)	(53)

Depuis l'exercice 2011, dans le cadre de la gestion globale des financements et de la trésorerie du Groupe, deux sociétés affiliées ont conféré à la société Financière Agache le droit d'acquérir un total de 6 300 000 actions LVMH et 2 500 000 actions Christian Dior, à un prix unitaire qui correspondra, en cas d'exercice de ce droit, au cours de bourse des actions concernées lors de leur acquisition par Financière Agache.

31.3 Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

NOTE 32 – FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est partie à diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de propriété intellectuelle, la protection des réseaux de distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales et toutes autres matières inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au bilan, au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de manière significative en cas d'issue défavorable.

En septembre 2017, les ouragans Harvey, Irma et Maria se sont abattus sur les États-Unis et les Caraïbes, causant des dommages importants aux deux hôtels du Groupe situés à St Barthélemy ainsi que, dans une moindre mesure, aux boutiques des zones touchées. Après prise en compte des indemnités d'assurances perçues courant 2018 au titre des dommages matériels et de l'interruption des activités, l'impact financier résiduel sur les comptes 2017 et 2018 n'a pas été significatif.

Fin octobre 2017, ayant découvert qu'un sous-traitant lui avait livré des lots de produits ne répondant pas à ses exigences de qualité, Benefit a engagé une procédure de retrait mondial de

ceux-ci ainsi qu'une campagne de communication. Une large partie des coûts liés à cet incident étant couverte par la police d'assurance responsabilité civile Groupe, l'impact financier résiduel sur les comptes au 31 décembre 2018 n'était pas significatif. L'indemnisation de ce sinistre est intervenue courant 2019. Aucune évolution significative n'est intervenue au cours de

l'exercice 2019 concernant les faits exceptionnels et litiges. Il n'existe pas de procédure administrative, judiciaire ou d'arbitrage dont la Société a connaissance, qui soit en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité du Groupe.

NOTE 33 – PARTIES LIÉES

33.1 Relations du groupe Financière Agache avec le Groupe Arnault

Le groupe Financière Agache est consolidé dans les comptes de Groupe Arnault SEDCS. La société Groupe Arnault fournit au groupe Financière Agache des prestations d'assistance dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier; en outre, Groupe Arnault donne en

location au groupe Financière Agache des locaux à usage de bureaux. Groupe Arnault prend en location auprès du groupe Financière Agache des locaux à usage de bureaux et le groupe Financière Agache lui fournit également diverses prestations administratives.

Les transactions usuelles entre le groupe Financière Agache et le Groupe Arnault peuvent être résumées comme suit, en valeur :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
• Facturations de services du Groupe Arnault au groupe Financière Agache ^(a)	(7)	(8)	(12)
Montant dû au 31 décembre ^(b)	-	-	(2)
• Facturations d'intérêts financiers du Groupe Arnault au groupe Financière Agache ^(a)	(15)	(21)	(6)
Solde des prêts accordés au groupe Financière Agache et intérêts courus non échus ^(b)	(572)	(524)	(675)
• Charge d'intégration fiscale ^(a)	(117)	(29)	(4)
Solde des comptes d'intégration fiscale ^(b)	(90)	85	9
• Facturations du groupe Financière Agache au Groupe Arnault ^(a)	6	6	5
Montant à recevoir au 31 décembre ^(b)	-	-	1
• Facturations d'intérêts financiers du groupe Financière Agache au Groupe Arnault ^(a)	4	17	13
Solde des prêts accordés par le groupe Financière Agache et intérêts courus non échus ^(b)	4	204	508

(a) Produit/(Charge).

(b) Actif/(Passif).

33.2 Relations du groupe Financière Agache avec Diageo

Moët Hennessy SAS et Moët Hennessy International SAS (ci-après « Moët Hennessy ») détiennent les participations de l'activité Vins et Spiritueux du groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem, Château Cheval Blanc, du Domaine du Clos des Lambrays, de Colgin Cellars et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy. Lors de la prise de participation, en 1994, a été établie une convention entre Diageo et LVMH ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du groupe LVMH.

En application de cette convention, Moët Hennessy a supporté 14 % des frais communs en 2019 (15 % en 2018 et 16 % en 2017), et a refacturé à ce titre à LVMH SE les frais excédentaires encourus. Après refacturation, le montant des frais communs supporté par Moët Hennessy s'élève à 25 millions d'euros en 2019 (17 millions d'euros en 2018, 19 millions d'euros en 2017).

33.3 Relations avec la Fondation Louis Vuitton

La Fondation Louis Vuitton a ouvert en octobre 2014 un musée d'art moderne et contemporain à Paris. Le groupe LVMH finance la Fondation dans le cadre de ses actions de mécénat. Les contributions nettes correspondantes figurent en « Immobilisations corporelles » et sont amorties depuis l'ouverture du

musée, soit depuis octobre 2014, sur la durée résiduelle de la convention d'occupation du domaine public octroyée par la Ville de Paris. Par ailleurs, la Fondation Louis Vuitton a recours à des financements externes garantis par LVMH. Ces garanties figurent en engagement hors-bilan (voir Note 31.2).

33.4 Organes de direction

La rémunération globale des membres du Conseil d'administration, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018	2017
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	6	7	7
Avantages post-emploi	10	4	4
Autres avantages à long terme	-	-	-
Indemnités de fin de contrat de travail	-	-	-
Coût des plans d'actions gratuites et assimilés	5	6	4
TOTAL	21	17	15

L'engagement comptabilisé au 31 décembre 2019, au titre des avantages post-emploi, net des actifs financiers dédiés, est de 17 millions d'euros (11 millions d'euros au 31 décembre 2018, 12 millions d'euros au 31 décembre 2017).

NOTE 34 – ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Le 4 février 2020, lors d'une Assemblée extraordinaire, les actionnaires de Tiffany & Co. (NYSE : TIF) ont voté à une très large majorité en faveur de l'accord annoncé le 25 novembre 2019 relatif au projet d'acquisition de Tiffany par LVMH. Plusieurs émissions obligataires représentant un montant total de 10,8 milliards d'euros ont été réalisées par LVMH en février et avril 2020 en vue de financer cette acquisition.

LVMH a réalisé au premier trimestre 2020 des ventes de 10,6 milliards d'euros, en recul de 15 % par rapport à la même période de 2019, et de 17 % à périmètre et devises comparables.

Le Groupe témoigne ainsi d'une bonne capacité de résistance dans un environnement économique perturbé par une grave crise sanitaire, entraînant la fermeture des boutiques et des sites de production dans la plupart des pays au cours des dernières semaines et l'arrêt des voyages internationaux. La priorité du Groupe est d'assurer la sécurité de ses collaborateurs et clients. Dans un contexte très perturbé, le Groupe maintiendra une

stratégie centrée sur la préservation de la valeur de ses marques, en s'appuyant sur l'exceptionnelle qualité de ses produits et la réactivité des équipes. Dans ces circonstances, le Groupe renforcera encore sa politique de maîtrise des coûts et de sélectivité des investissements.

Les fermetures de sites de production et de magasins du Groupe dans la plupart des pays du monde pendant le premier semestre auront un impact sur les ventes et les résultats annuels. Cet impact ne peut être précisément évalué à ce stade, sans connaître le calendrier de retour à la normale dans les différentes zones d'implantation du Groupe. On ne peut qu'espérer que la reprise se fasse graduellement à partir des mois de mai ou juin après un second trimestre qui devrait être encore très affecté par la crise, en particulier en Europe et aux États-Unis. Le Groupe compte sur le talent et la motivation de ses équipes, la diversité de ses métiers et le bon équilibre géographique de ses ventes pour renforcer encore en 2020 son avance sur le marché mondial des produits de haute qualité.

Liste des sociétés consolidées

Sociétés	Siège social	Taux d'intérêt
Financière Agache SA	Paris, France	Société mère
Christian Dior SE et ses filiales	Paris, France	95 %
LVMH SE et ses filiales	Paris, France	41 %
Semyrhamis SA	Paris, France	100 %
Coromandel SAS	Paris, France	100 %
Montaigne Services SNC	Paris, France	100 %
Agache Développement SA	Paris, France	100 %
Transept SAS	Paris, France	100 %
Markas Holding BV	Baarn, Pays-Bas	100 %
Westley International SA et ses filiales	Luxembourg, Luxembourg	100 %
Le Peigné SA et ses filiales ^(a)	Bruxelles, Belgique	40 %

(a) Société mise en équivalence.

Listes des sociétés non incluses dans la consolidation

Sociétés	Siège social	Taux d'intérêt
Sévrilux SNC	Paris, France	100 %
JGPG SAS	Paris, France	100 %
CD Investissements	Paris, France	95 %
FJG Patrimoine	Paris, France	95 %
Société d'exploitation hôtelière de Saint-Tropez	Paris, France	41 %
Société Nouvelle de Librairie et de l'Édition	Paris, France	41 %
Samos 1850	Paris, France	41 %
BRN Invest NV	Baarn, Pays-Bas	41 %
Toiltech	La-Chapelle-devant-Bruyères, France	37 %
Bulgari Austria Ltd	Vienne, Autriche	41 %
Sephora Macau Limited	Macao, Chine	41 %
Les Beaux Monts	Courtenon, France	37 %
Sofpar 116	Paris, France	41 %
Sofpar 125	Paris, France	41 %
Sofpar 127	Paris, France	41 %
Sofpar 131	Paris, France	41 %
Sofpar 132	Paris, France	41 %
Sofpar 133	Paris, France	41 %
Sofpar 134	Paris, France	41 %
Sofpar 136	Paris, France	41 %



Sociétés	Siège social	Taux d'intérêt
Sofpar 137	Paris, France	41 %
Sofpar 138	Paris, France	41 %
Sofpar 139	Paris, France	41 %
Sofpar 140	Paris, France	41 %
Sofpar 141	Paris, France	41 %
Sofpar 142	Paris, France	41 %
Prolepsis	Bruxelles, Belgique	41 %
Prolepsis Investment Ltd	Londres, Royaume-Uni	41 %
Innovación en Marcas de Prestigio SA	Mexico, Mexique	27 %
Moët Hennessy Nigéria	Lagos, Nigéria	27 %
MS 33 Expansion	Paris, France	41 %
Shinsegae International Co. Ltd LLC	Séoul, Corée du Sud	21 %
Crystal Pumpkin	Luxembourg, Luxembourg	41 %
Loewe Nederland BV	Amsterdam, Pays-Bas	41 %
Groupement Forestier des Bois de la Celle	Cognac, France	27 %
Augesco	Paris, France	21 %
HUGO	Neuilly-sur-Seine, France	41 %
Folio St.Barths	New York, USA	41 %

Ces sociétés ne sont pas incluses dans la consolidation en raison de leur inactivité ou faible activité; l'intégration de ces sociétés, individuellement ou collectivement, n'aurait pas d'impact significatif sur les principaux agrégats du Groupe.

7. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

À l'Assemblée générale de la société Financière Agache,

I. Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de la société Financière Agache relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2019, tels qu'ils sont joints au présent rapport. Ces comptes ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 22 avril 2020 sur la base des éléments disponibles à cette date dans un contexte évolutif de crise sanitaire liée au Covid-19.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine, à la fin de l'exercice, de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

L'opinion formulée ci dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au Comité d'audit de la performance.

II. Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des Commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance qui nous sont applicables, sur la période du 1^{er} janvier 2019 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014 ou par le Code de déontologie de la profession de Commissaire aux comptes.

III. Observation

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci dessus, nous attirons votre attention sur la Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés qui expose les effets résultant de la première application de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location et de l'interprétation IFRIC 23 relative aux positions fiscales incertaines, ainsi que les modifications de présentation du bilan et du tableau de variation de la trésorerie.

IV. Justification des appréciations Points clés de l'audit

En application des dispositions des articles L. 823 9 et R. 823 7 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble, arrêtés dans les conditions rappelées précédemment, et de la formation de notre opinion exprimée ci avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes consolidés pris isolément.

Évaluation des actifs immobilisés, notamment les actifs incorporels

Risque identifié

Au 31 décembre 2019, la valeur de l'actif immobilisé du groupe s'élève à 48,9 milliards d'euros hors droits d'utilisation. Cet actif immobilisé est essentiellement composé par les marques, enseignes et écarts d'acquisition reconnus lors des opérations de croissance externe et par les immobilisations corporelles, principalement constituées de terrains, de terres à vignes, d'immeubles et d'agencements, notamment des boutiques.



Notre réponse

Le groupe réalise des tests de perte de valeur sur ces actifs, dont les modalités sont décrites dans les Notes 1.15 et 5 de l'annexe aux comptes consolidés.

Dans ce cadre, nous avons examiné les modalités de mise en œuvre de ces tests de perte de valeur et avons principalement orienté nos travaux sur les Maisons pour lesquelles la valeur comptable représente un multiple élevé du résultat opérationnel courant.

Nous avons apprécié les données et hypothèses sur lesquelles se fondent les principales estimations, notamment les prévisions de flux de trésorerie, les taux de croissance long terme et les taux d'actualisation retenus. Nous avons également analysé la cohérence des prévisions avec les performances passées, les perspectives de marché et avons réalisé des analyses de sensibilité sur les tests de perte de valeur. De plus, lorsque la valeur recouvrable est déterminée par référence à des transactions similaires récentes, nous avons corroboré les analyses présentées avec les données de marché disponibles. L'ensemble de ces analyses a été mené avec l'aide de nos experts en évaluation.

Enfin, nous avons examiné le caractère approprié des informations fournies dans l'annexe aux comptes consolidés.

Évaluation des stocks et en-cours

Risque identifié

Le succès des produits du groupe, en particulier dans les activités de Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie, dépend notamment de sa capacité à identifier les nouvelles tendances, les changements de comportement et de goûts, afin de proposer des produits en adéquation avec les attentes des consommateurs. Le groupe détermine le montant des dépréciations de stocks et en-cours à partir de l'estimation des perspectives d'écoulement sur les différents marchés ou en raison de l'obsolescence des produits concernés, comme cela est précisé dans la Note 1.17 de l'annexe aux comptes consolidés.

Nous avons considéré ce sujet comme un point clé de l'audit car les perspectives évoquées ci-dessus et les éventuelles dépréciations qui en découlent sont par nature dépendantes d'hypothèses, estimations ou appréciations du groupe, comme indiqué dans la Note 1.5 de l'annexe aux comptes consolidés. En outre, les stocks sont présents dans un grand nombre de filiales et la détermination de ces dépréciations repose notamment sur l'estimation des retours et le suivi des marges internes, qui sont annulées dans les comptes consolidés tant que les stocks ne sont pas vendus aux clients hors groupe.

Notre réponse

Dans le cadre de nos diligences, nous avons analysé les perspectives d'écoulement estimées par le groupe au regard des réalisations historiques et des derniers budgets afin de corroborer les montants de dépréciation qui en découlent. Nous avons, le cas échéant, examiné les hypothèses retenues par le groupe pour la comptabilisation de dépréciations spécifiques. Nous avons également apprécié la cohérence des niveaux de marges internes annulées dans les comptes consolidés, en examinant notamment le niveau de marge réalisé avec les différentes filiales de distribution et en le comparant avec le pourcentage d'élimination retenu.

Provisions pour risques et charges et positions fiscales incertaines

Risque identifié

Les activités de votre groupe sont menées dans 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 emballage, le calcul de l'impôt sur les résultats ou les relations avec les partenaires de votre groupe (distributeurs, fournisseurs, actionnaires de filiales, etc.). Dans ce contexte, les activités de votre groupe peuvent induire des risques, litiges ou situations contentieuses, et les entités de votre 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.

Comme indiqué en Notes 1.2 et 20 de l'annexe aux comptes consolidés :

- les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables qui résultent des activités du groupe ;
- 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 conformément à l'interprétation IFRIC 23.

Nous avons considéré ce sujet comme un point clé de l'audit en raison de l'importance des montants concernés et du niveau de jugement requis pour le suivi des changements réglementaires et pour l'évaluation de ces provisions dans un contexte réglementaire international en constante évolution.

Notre réponse

Dans le cadre de notre audit des comptes consolidés, nos travaux ont notamment consisté à :

- examiner les procédures mises en œuvre par le groupe afin d'identifier et de recenser l'ensemble des risques, litiges, situations contentieuses et positions fiscales incertaines ;
- prendre connaissance de l'analyse des risques effectuée par le groupe, de la documentation correspondante et examiner, le cas échéant, les consultations écrites des conseils externes ;
- apprécier, avec l'aide de nos experts, notamment fiscalistes, les principaux risques identifiés et examiner le caractère raisonnable des hypothèses retenues par la direction du groupe pour estimer le montant des provisions et celui des passifs relatifs aux positions fiscales incertaines ;
- procéder à l'examen critique des analyses relatives à l'utilisation des provisions pour risques et charges, et des passifs relatifs aux positions fiscales incertaines préparées par le groupe ;
- examiner, avec l'aide de nos experts fiscalistes, les évaluations préparées par la direction fiscale du groupe relatives aux conséquences des évolutions fiscales ;
- examiner le caractère approprié des informations relatives à ces risques, litiges, situations contentieuses et positions fiscales incertaines présentées en annexe.

Première application de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location

Risque identifié

Le Groupe applique la norme IFRS 16 relative aux contrats de location depuis le 1^{er} janvier 2019 en retenant la méthode de transition dite « rétrospective modifiée ». Les modalités de cette première application sont détaillées dans la Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés.

Cette norme modifie le traitement comptable des contrats de location avec l'enregistrement, dès l'origine du contrat, d'un passif au bilan correspondant aux paiements futurs actualisés de la part fixe des loyers en contrepartie de droits d'utilisation à l'actif amortis sur la durée du contrat.

Au 1^{er} janvier 2019, la première application de cette norme conduit à comptabiliser :

- 11,9 milliards d'euros de valeur nette de droits d'utilisation en actifs non courants ;
- 11,8 milliards d'euros de dettes locatives au passif, dont 9,7 milliards d'euros à plus d'un an.

À cette même date, comme décrit dans la Note 7 de l'annexe aux comptes consolidés, les droits d'utilisation portent principalement sur les boutiques louées par le groupe à hauteur de 9,5 milliards d'euros et sur les bureaux à hauteur de 1,3 milliard d'euros.

Nous considérons que la première application de la norme IFRS 16 sur les contrats de location constitue un point clé de l'audit compte tenu de l'importance significative des droits d'utilisation et de la dette locative dans les comptes du groupe et du degré de jugement de la direction dans la détermination de leur valeur, notamment s'agissant des hypothèses relatives aux durées des engagements et aux taux d'actualisation.

Notre réponse

Notre approche d'audit a consisté à vérifier la conformité avec les dispositions de la norme IFRS 16 « Contrats de location » et à apprécier la pertinence de la méthodologie retenue par le groupe pour déterminer les principales hypothèses, notamment celles relatives à la durée probable des contrats de location ou aux taux d'actualisation.

Nos travaux ont également consisté à :

- appréhender l'organisation et l'approche retenue par le groupe pour la première application de cette norme ;
- tester l'efficacité des contrôles clés que nous avons estimés les plus pertinents portant sur les processus et les systèmes d'information mis en place par le groupe relatifs à la norme IFRS 16 avec l'aide des membres de l'équipe d'audit ayant une compétence particulière en systèmes d'information ;
- examiner les bases de données de contrats de location utilisées en comparant le périmètre des contrats de location y figurant avec les locations simples et concessions identifiées selon l'ancienne norme et en examinant les charges locatives résiduelles ;
- corroborer par échantillonnage les informations (loyers, durées, etc.) utilisées pour la détermination des actifs et passifs relatifs aux contrats de location avec les documents contractuels sous-jacents ;
- prendre connaissance des hypothèses retenues et analyser la méthodologie appliquée par la direction pour la détermination des durées retenues au titre des dettes locatives et des taux d'actualisation utilisés pour le calcul des dettes locatives ;



- recalculer par échantillonnage les montants des dettes locatives et des droits d'utilisation tels qu'évalués et comptabilisés par le groupe ;
- réaliser des procédures analytiques afin d'apprécier la cohérence globale des droits d'utilisation et des dettes locatives des principales entités comprises dans le périmètre de consolidation par rapport à notre connaissance du groupe et de ses activités ;
- apprécier le caractère approprié des principes comptables retenus et des informations fournies dans les Notes 1.2 et 7 de l'annexe aux comptes consolidés.

V. Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires des informations relatives au groupe, données dans le Rapport de gestion du Conseil d'administration arrêté le 22 avril 2020. S'agissant des événements survenus et des éléments connus postérieurement à la date d'arrêté des comptes relatifs aux effets de la crise liée au Covid-19, la direction nous a indiqué qu'ils feront l'objet d'une communication à l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes.

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

Nous attestons que la déclaration consolidée de performance extra financière prévue par l'article L. 225 102 1 du Code de commerce figure dans les informations relatives au groupe données dans le Rapport de gestion, étant précisé que, conformément aux dispositions de l'article L. 823 10 de ce Code, les informations contenues dans cette déclaration n'ont pas fait l'objet de notre part de vérifications de sincérité ou de concordance avec les comptes consolidés et doivent faire l'objet d'un rapport par un organisme tiers indépendant.

VI. Informations résultant d'autres obligations légales et réglementaires

Désignation des Commissaires aux comptes

Nous avons été nommés Commissaires aux comptes de la société Financière Agache par vos Assemblées générales du 27 juin 1997 pour le cabinet MAZARS et du 24 juin 2009 pour le cabinet ERNST & YOUNG et Autres.

Au 31 décembre 2019, le cabinet MAZARS était dans la vingt-troisième année de sa mission sans interruption et le cabinet ERNST & YOUNG et Autres dans la onzième année. Antérieurement, le cabinet ERNST & YOUNG Audit était Commissaire aux comptes depuis 1992.

VII. Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes consolidés

Il appartient à la direction d'établir des comptes consolidés présentant une image fidèle conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes consolidés, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au Comité d'audit de la performance de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'administration.

VIII. Responsabilités des Commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés

Objectif et démarche d'audit

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes consolidés. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L. 823 10 1 du Code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le Commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes consolidés ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes consolidés au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes consolidés et évalue si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle ;
- concernant l'information financière des personnes ou entités comprises dans le périmètre de consolidation, il collecte des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Il est responsable de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés ainsi que de l'opinion exprimée sur ces comptes.

Rapport au Comité d'audit de la performance

Nous remettons au Comité d'audit de la performance un rapport qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au Comité d'audit de la performance figurent les risques d'anomalies significatives, que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au Comité d'audit de la performance la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537/2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L. 822 10 à L. 822 14 du Code de commerce et dans le Code de déontologie de la profession de Commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le Comité d'audit de la performance des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Courbevoie et Paris-La Défense, le 15 mai 2020

Les Commissaires aux comptes

MAZARS

Loïc Wallaert

Guillaume Machin

ERNST & YOUNG et Autres

Gilles Cohen

Comptes annuels de la société Financière Agache

1.	Compte de résultat	216
2.	Bilan	218
3.	Annexe aux comptes annuels	219
4.	Résultats et autres éléments significatifs de la Société au cours des cinq derniers exercices	229
5.	Rapports des Commissaires aux comptes	230



1. Compte de résultat

Produits/(Charges) (en millions d'euros)	Notes	2019	2018 pro forma ^(a)
Produits financiers de filiales et participations		618,0	129,6
Titres en portefeuille : dépréciations et provisions		21,4	18,9
résultats de cession		-	-
autres		(1,4)	-
Gestion des filiales et participations	4.1	638,0	148,5
Gestion des placements	4.2	52,3	8,0
Produit/(coût) de la dette financière nette	4.3	(1,7)	4,4
Résultat de change	4.4	0,2	(1,9)
Autres produits et charges financiers		-	0,0
RÉSULTAT FINANCIER	4	688,8	159,1
Prestations de services et autres revenus	5	0,1	0,1
Frais de personnel	6	(0,1)	(0,1)
Autres charges nettes de gestion	7	(0,7)	(0,8)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		(0,7)	(0,8)
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		688,1	158,3
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL		0,0	0,2
Impôt sur les sociétés	8	(25,4)	(8,4)
RÉSULTAT NET		662,7	150,1

(a) La présentation du compte de résultat ayant été modifiée en 2019, le compte de résultat de 2018 a été retraité de façon à rendre sa présentation comparable à celle de 2019; le rapprochement entre les deux formats de présentation est décrit page suivante.

Compte de résultat 2018 : Tableau de passage entre l'ancien et le nouveau format de présentation

	Ancien format	Nouveau format						
		Résultat financier	dont Gestion des filiales et participations	dont Gestion des placements	dont dettes financières	Résultat d'exploitation	Résultat exceptionnel	Impôt sur les sociétés
<i>(en millions d'euros)</i>								
Autres services	-	-	-	-	-	-	-	-
Montant net du chiffre d'affaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Reprises sur provision et amortissements	0,1	-	-	-	-	0,1	-	-
Transferts de charges	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres produits	0,1	-	-	-	-	0,1	-	-
Produits d'exploitation	0,2	-	-	-	-	0,2	-	-
Autres achats et charges externes	0,7	-	-	-	-	0,7	-	-
Impôts, taxes et versements assimilés	0,0	-	-	-	-	0,0	-	-
Salaires et traitements	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges sociales	0,0	-	-	-	-	0,0	-	-
Dotations aux amortissements	0,0	-	-	-	-	0,0	-	-
Dotations aux provisions sur actif circulant	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres charges	0,2	-	-	-	-	0,2	-	-
Charges d'exploitation	0,9	-	-	-	-	0,9	-	-
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	(0,8)	-	-	-	-	(0,8)	-	-
Produits de participations	129,6	129,6	129,6	-	-	-	-	-
Produits d'autres valeurs mobilières et créances d'actif immobilisé	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres intérêts et produits assimilés	25,2	25,2	-	8,1	18,8	-	-	-
Reprises sur provisions et transferts de charges	21,0	21,0	20,6	-	0,2	-	-	-
Gains nets de change	-	-	-	-	-	-	-	-
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	-	-	-	-	-	-	-	-
Produits financiers	175,8	175,8	150,3	8,1	18,9	-	-	-
Dotations aux amortissements et aux provisions	1,8	1,8	1,7	0,0	-	-	-	-
Intérêts et charges assimilés	14,7	14,7	-	-	14,5	-	-	-
Pertes nettes de change	0,3	0,3	-	-	-	-	-	-
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges financières	16,8	16,8	1,7	0,0	14,5	-	-	-
RÉSULTAT FINANCIER	159,1	159,1	148,5	8,0	4,4	-	-	-
RÉSULTAT COURANT	158,3	159,1	148,5	8,0	4,4	(0,8)	-	-
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	0,0	-	-	-	-	-	0,0	-
Produits exceptionnels sur opérations en capital	0,3	-	-	-	-	-	0,3	-
Reprises sur provisions et transferts de charges	-	-	-	-	-	-	-	-
Produits exceptionnels	0,3	-	-	-	-	-	0,3	-
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	0,1	-	-	-	-	-	0,1	-
Dotations aux provisions	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges exceptionnelles	0,1	-	-	-	-	-	0,1	-
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	0,2	-	-	-	-	-	0,2	-
Impôts sur les bénéfices	8,4	-	-	-	-	-	-	8,4
RÉSULTAT NET	150,1	159,1	148,5	8,0	4,4	(0,8)	0,2	(8,4)



2. Bilan

Actif

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2019			2018
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Immobilisations corporelles		0,9	0,3	0,5	0,6
Immobilisations incorporelles et corporelles	9	0,9	0,3	0,5	0,6
Participations	10	5 058,7	78,9	4 979,8	4 616,5
Créances rattachées à des participations	11	75,8	-	75,8	156,1
Autres immobilisations financières		21,6		21,6	18,2
Immobilisations financières		5 156,0	78,9	5 077,2	4 790,8
ACTIF IMMOBILISÉ		5 156,9	79,2	5 077,7	4 791,3
Créances		0,0	-	0,0	0,0
Valeurs mobilières de placement	16.5	74,8	1,0	73,8	48,6
Disponibilités		45,9	-	45,9	50,7
ACTIF CIRCULANT		120,8	1,0	119,8	99,2
Comptes de régularisation		0,3	-	0,3	0,5
TOTAL ACTIF		5 278,0	80,2	5 197,8	4 891,0

Passif

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2019	2018
		Avant affectation	Avant affectation
Capital social (dont versé : 50,8)		50,8	50,8
Primes d'émission, de fusion et d'apport		441,9	441,9
Réserves et écarts de réévaluation		601,2	601,2
Report à nouveau		2 744,8	2 816,5
Résultat de l'exercice		662,7	150,1
Acompte sur dividendes		(166,6)	(222,1)
CAPITAUX PROPRES	12	4 334,8	3 838,4
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	13	0,0	8,4
Dettes financières	14	842,7	1 037,2
Autres dettes	15	19,4	5,9
AUTRES PASSIFS		862,1	1 043,0
Comptes de régularisation	15	0,9	1,2
TOTAL PASSIF		5 197,8	4 891,0

3. Annexe aux comptes annuels

NOTE 1	ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE	220
NOTE 2	PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES	220
NOTE 3	ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE	221
NOTE 4	RÉSULTAT FINANCIER	222
NOTE 5	PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS	223
NOTE 6	FRAIS DE PERSONNEL	223
NOTE 7	AUTRES CHARGES NETTES DE GESTION	223
NOTE 8	IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS	223
NOTE 9	IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES	224
NOTE 10	PARTICIPATIONS	224
NOTE 11	CRÉANCES RATTACHÉES À DES PARTICIPATIONS	224
NOTE 12	CAPITAUX PROPRES	225
NOTE 13	VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS	225
NOTE 14	DETTE FINANCIÈRE BRUTE	226
NOTE 15	AUTRES DETTES ET AUTRES PASSIFS	227
NOTE 16	AUTRES INFORMATIONS	227

Les montants sont exprimés en millions d'euros sauf indication contraire.

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



NOTE 1 – ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

La société Financière Agache est une société holding qui contrôle directement ou indirectement Christian Dior SE et LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE.

Les produits financiers de filiales et participations s'élèvent à 618,0 millions d'euros en 2019, contre 129,6 millions d'euros en 2018. Cette augmentation est principalement due à la distribution par Christian Dior SE, en décembre 2019, d'un acompte sur dividende

exceptionnel, qui a contribué à cette augmentation à hauteur de 467,1 millions d'euros.

Le résultat financier s'établit à 688,8 millions d'euros en 2019, contre 159,1 millions d'euros en 2018.

Le résultat net s'établit à 662,7 millions d'euros, contre 150,1 millions d'euros en 2018.

NOTE 2 – PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

2.1 Cadre général, changement de méthodes comptables

Les comptes annuels ont été établis conformément au Règlement n° 2014-03 du 5 juin 2014 de l'Autorité des Normes comptables, selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent sous réserve du nouveau format de présentation du compte de résultat.

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence conformément aux hypothèses de base : continuité d'exploitation, permanence des méthodes comptables, indépendance des exercices, et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La présentation du compte de résultat a été modifiée afin d'améliorer la compréhension de la formation du résultat de la Société, notamment par la mise en exergue de son activité de holding.

La nouvelle présentation du compte de résultat inclut trois soldes intermédiaires : le résultat financier, le résultat d'exploitation et le résultat exceptionnel ; résultat financier et résultat d'exploitation cumulés forment le résultat courant avant impôt.

Le résultat financier comprend le résultat de gestion des filiales et participations, le coût de la dette financière nette et d'autres éléments principalement liés aux placements et au résultat de change. Le résultat de gestion des filiales et participations comprend lui-même tous les éléments de gestion du portefeuille : dividendes, variation des dépréciations de titres, variation des provisions pour risques et charges liées au portefeuille et résultats de cession de titres.

Le résultat d'exploitation inclut les prestations de service et autres revenus, les frais de personnel et les autres frais opérationnels.

Le résultat exceptionnel englobe les seules opérations qui, du fait de leur nature, ne peuvent être comprises dans le résultat financier ou le résultat d'exploitation.

Les éléments inscrits en comptabilité ont été évalués selon la méthode du coût historique.

2.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont amorties selon le mode linéaire, en fonction des durées d'utilisation estimées suivantes.

Les durées retenues sont les suivantes :

- constructions : 20 à 50 ans ;
- installations générales, agencements et aménagements : 4 à 10 ans.

2.3 Immobilisations financières

Les titres de participation ainsi que les autres titres immobilisés sont enregistrés à leur coût d'acquisition (hors frais accessoires) ou à leur valeur d'apport. Lorsque leur valeur d'utilité à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence.

Dans le cas de participations dans une société cotée, la valeur d'utilité est généralement appréciée sur la base de la valorisation boursière, de la quote-part de l'actif net réévalué de la société et/ou de l'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels.

La valeur d'utilité des participations non cotées est généralement estimée en fonction de la quote-part de l'actif net réévalué des sociétés concernées, de comparables boursiers et/ou de l'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels.

Les résultats de cession de titres de participation sont calculés selon la méthode du coût moyen pondéré et présentés en gestion des filiales et participations, au résultat financier.

Les prêts, dépôts et autres créances immobilisées sont évalués à leur valeur nominale. Ces éléments sont, le cas échéant, dépréciés par voie de provision pour les ramener à leur valeur de réalisation à la date de clôture de l'exercice.

2.4 Créances et dettes

Les créances et dettes sont comptabilisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est constatée lorsque les perspectives d'encaissement s'avèrent inférieures à la valeur comptable.

2.5 Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées à leur coût d'acquisition. Une dépréciation est constatée en résultat financier lorsque leur valeur d'acquisition est supérieure à leur valeur de marché établie comme suit :

- titres cotés : cours moyen du dernier mois de l'exercice, converti le cas échéant au taux de change de clôture ;
- autres titres : valeur probable de négociation ou valeur liquidative, convertie le cas échéant au taux de change de clôture.

Ce calcul s'effectue par ligne de titres, sans compensation entre les plus et moins-values constatées.

Les résultats de cession des valeurs mobilières de placement sont enregistrés en résultat financier et sont calculés selon la méthode FIFO.

2.6 Capitaux propres

Conformément à la recommandation de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes, les acomptes sur dividendes sont inscrits en déduction des capitaux propres.

2.7 Provisions pour risques et charges

La Société constitue une provision pour les risques et charges certains et probables à la clôture de chaque exercice dans le respect du principe de prudence.

2.8 Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participations sont enregistrées lorsque celles-ci sont considérées acquises aux actionnaires ou associés.

2.9 Opérations en devises

En cours de période, les transactions en devises sont enregistrées pour leur contre-valeur en euro à la date de l'opération.

Les dettes, créances, disponibilités et valeurs mobilières de placement en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur aux cours de fin d'exercice.

Les résultats des opérations qui concourent à une position globale de change par devise (réalisés ou résultant de la réévaluation des positions à la clôture de la période) sont enregistrés en résultat et présentés pour leur montant net.

La différence résultant de la conversion au cours de clôture des dettes et des créances en devises qui ne concourent pas à une position globale de change est inscrite dans le poste « écart de conversion ». Les pertes de change latentes ne faisant pas l'objet de couverture sont provisionnées.

2.10 Résultat financier

Du fait de son type d'activité, la Société enregistre les opérations de cession de titres selon les principes suivants :

- les résultats de cession de titres de participation sont calculés selon la méthode du coût moyen pondéré ;
- les résultats de cession de valeurs mobilières de placement sont calculés selon la méthode FIFO.

2.11 Résultat sur contrats d'options et contrats à terme

a) Sur opérations de couverture

Les gains et pertes sont constatés en résultat, de manière symétrique à la comptabilisation des produits et charges de l'élément couvert.

b) Sur les autres opérations

Si la valeur de marché de l'instrument est génératrice d'une perte latente pour la Société par rapport à la valeur initiale de l'instrument, une provision pour risque est comptabilisée. Les gains latents ne sont pas pris en compte.

NOTE 3 – ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes, le 22 avril 2020, il n'est survenu aucun événement de nature à remettre en cause les hypothèses retenues pour l'établissement des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2019.

LVMH, qui constitue la principale filiale opérationnelle de la Société, a réalisé au premier trimestre 2020 des ventes de 10,6 milliards d'euros, en recul de 15 % par rapport à la même période de 2019, et de 17 % à périmètre et devises comparables. Le Groupe témoigne ainsi d'une bonne capacité de résistance dans un environnement économique perturbé par cette grave crise

sanitaire. Les fermetures de sites de production et de magasins du Groupe dans la plupart des pays du monde pendant le premier semestre auront un impact sur les ventes et les résultats annuels de LVMH. Cet impact ne peut être précisément évalué à ce stade, sans connaître le calendrier de retour à la normale dans ses différentes zones d'implantation. LVMH compte sur le talent et la motivation de ses équipes, la diversité de ses métiers et le bon équilibre géographique de ses ventes pour renforcer encore en 2020 son avance sur le marché mondial des produits de haute qualité.

NOTE 4 – RÉSULTAT FINANCIER

4.1 Gestion des filiales et participations

Le résultat provenant de la gestion des filiales et participations, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018
Dividendes perçus de sociétés françaises	618,0	129,6
Produits financiers de filiales et participations	618,0	129,6
Variation des dépréciations	13,0	(1,1)
Variation des provisions pour risques et charges	8,4	20,0
Dépréciations et provisions au titre des filiales et participations	21,4	18,9
Autres	(1,4)	-
Résultats de cession	-	-
GESTION DES FILIALES ET PARTICIPATIONS	638,0	148,5

L'augmentation significative du montant des dividendes reçus, soit 488,3 millions d'euros, s'explique principalement par la distribution par Christian Dior d'un acompte sur dividende exceptionnel, qui a contribué à cette augmentation à hauteur de 467,1 millions d'euros.

Concernant la variation des dépréciations et des provisions, voir également Note 13.

4.2 Gestion des placements

Le résultat provenant de la gestion des placements, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018
Revenus	51,9	8,1
Variation des dépréciations	(0,0)	(0,0)
Résultats de cession	0,5	-
Autres produits/(charges)	-	-
GESTION DES PLACEMENTS	52,3	8,0

Le montant des revenus de placements a augmenté de 43,8 millions d'euros, suite à la distribution par Christian Dior de l'acompte sur dividende exceptionnel.

Concernant la variation des dépréciations et des provisions, voir également Note 13.

4.3 Coût de la dette financière nette

Le coût de la dette financière nette, y compris effet des instruments de couverture de taux, est une charge qui s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018
Intérêts sur emprunts	(8,6)	(14,5)
Revenus et produits financiers	1,7	2,0
Produit/(coût) de la dette financière nette hors Groupe	(6,9)	(12,5)
Charge d'intérêts intra-Groupe	-	-
Produit d'intérêts intra-Groupe	5,2	17,0
Produit/(coût) de la dette financière nette intra-Groupe	5,2	17,0
PRODUIT/(COÛT) DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE	(1,7)	4,4

4.4 Résultat de change

Le résultat de change est constitué des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2019	2018
Différences positives de change	0,3	-
Différences négatives de change	-	(0,3)
Variation des provisions pour pertes de change latentes	-	-
Autres	(0,0)	(1,6)
RÉSULTAT DE CHANGE	0,2	(1,9)

Concernant la variation des provisions, voir également Note 13.

4.4.1 Instruments de change

Au 31 décembre 2019, il n'existe aucun contrat à terme non débouclé.

NOTE 5 – PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS

Les prestations de services et autres revenus sont constituées de revenus locatifs.

NOTE 6 – FRAIS DE PERSONNEL

Les frais de personnel incluent en 2019 les rémunérations brutes et charges patronales.

Une charge de 82 milliers d'euros, relative à la rémunération des Administrateurs de la Société au titre de leur mandat social, a été comptabilisée sur l'exercice 2019 et réglée en janvier 2020.

NOTE 7 – AUTRES CHARGES NETTES DE GESTION

Les autres charges nettes de gestion sont principalement constituées de prestations d'assistance et d'honoraires.

NOTE 8 – IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS

8.1 Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les sociétés se ventile de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Avant impôt	(Charge)/ Produit d'impôt	Après impôt
Résultat courant	688,1	(25,4)	662,7
Résultat exceptionnel	-	-	-
	688,1	(25,4)	662,7



8.2 Situation fiscale

La société Financière Agache est, depuis 2004, membre du groupe d'intégration fiscale dont la société Groupe Arnault est société mère intégrante.

Financière Agache calcule et comptabilise sa charge d'impôt comme si elle était imposée séparément, et verse le montant de cet impôt à la société tête d'intégration.

NOTE 9 – IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	2019
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2018	0,6
Investissements	-
Cessions et mises hors service	(0,0)
Variation nette des amortissements	(0,0)
VALEUR NETTE DES IMMOBILISATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2019	0,5

NOTE 10 – PARTICIPATIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018
Valeur brute du portefeuille de participations	5 058,7	4 708,3
Dépréciations	(78,9)	(91,9)
VALEUR NETTE DU PORTEFEUILLE DE PARTICIPATIONS	4 979,8	4 616,5

L'augmentation de la valeur brute des participations en 2019 résulte essentiellement du renforcement de la participation de la Société dans les sociétés LVMH et LC Investissements, filiales du Groupe.

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations.

Les méthodes de dépréciation des titres de participation sont décrites en Note 2.3.

L'évolution de la dépréciation du portefeuille est analysée en Note 13.

NOTE 11 – CRÉANCES RATTACHÉES À DES PARTICIPATIONS

Le solde des créances rattachées à des participations s'analyse ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019			Montants bruts par échéance		<i>Dont entreprises liées</i>
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	À 1 an au plus	À plus d'1 an	
Créances rattachées à des participations	75,8	-	75,8	0,1	75,6	75,8
TOTAL	75,8	-	75,8	0,1	75,6	75,8

Les créances rattachées à des participations sont constituées d'avances accordées aux sociétés du Groupe dans le cadre de conventions bilatérales à moyen terme.

NOTE 12 – CAPITAUX PROPRES

12.1 Composition du capital social

Le capital social, entièrement libéré, est composé de 3 173 352 actions d'un nominal de 16 euros, dont 3 169 653 actions bénéficient d'un droit de vote double au 31 décembre 2019.

12.2 Variation des capitaux propres

(en millions d'euros)

Capitaux propres au 31 décembre 2018 (avant affectation du résultat)	3 838,4
Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2019	662,7
Effet des actions auto-détenues	0,3
Acompte sur dividendes pour l'exercice clos le 31 décembre 2019	(166,6)
Capitaux propres au 31 décembre 2019 (avant affectation du résultat)	4 334,8

L'affectation du résultat de l'exercice 2018 a été approuvée par l'Assemblée générale ordinaire du 22 mai 2019.

NOTE 13 – VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions pour risques et charges au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 déc. 2018	Augmen- tations	Diminutions	31 déc. 2019
Participations	91,9	3,4	16,4	78,9
Valeurs mobilières de placement	1,0	0,0	-	1,0
Dépréciations d'actifs	92,9	3,4	16,4	79,9
Filiales	8,4	0,0	8,4	0,0
Provisions pour risques et charges	8,4	0,0	8,4	0,0
TOTAL	101,3	3,4	24,7	79,9
<i>dont : résultat financier</i>	<i>101,5</i>	<i>3,4</i>	<i>24,7</i>	<i>79,9</i>

Les variations des dépréciations d'actifs et des provisions pour risques et charges reflètent principalement l'évolution de la situation nette des filiales concernées.

NOTE 14 – DETTE FINANCIÈRE BRUTE

14.1 Dette financière brute

La dette financière brute s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2019	31 déc. 2018
Emprunts obligataires	120,6	120,6
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	14,6	103,7
Emprunts et dettes financières diverses	707,5	812,8
Dette financière brute	842,7	1 037,2

Les emprunts et dettes financières divers recouvrent les encours de titres de créance négociables à court terme (NEU Commercial Paper et billets de trésorerie) à hauteur de 707,5 millions d'euros.

La société Financière Agache, conformément aux usages en matière de crédit, a souscrit à des engagements de détention de pourcentage d'intérêts et de droits de vote minimum de certaines de ses filiales.

14.2 Emprunts obligataires

<i>(en millions d'euros)</i>	Taux d'intérêt facial	Prix d'émission <i>(en % du nominal)</i>	Échéance	Nominal au 31 déc. 2019	Intérêts courus	Total
EUR 120 000 000 – 2017	1,204 %	100,604 %	2022	120	0,6	120,6
TOTAL				120	0,6	120,6

14.3 Analyse de la dette financière brute par échéance

La répartition de la dette financière brute par nature et selon son échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, est présentée dans le tableau ci-après :

<i>(en millions d'euros)</i>	Total	Montant			Dont charges à payer
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans	
Emprunts obligataires	120,6	0,6	120,0	-	0,6
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	14,6	0,1	14,5	-	0,0
Emprunts et dettes financières diverses	707,5	707,5	0,0	-	-
Dette financière brute	842,7	708,2	134,5	-	0,6

14.4 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2019, la dette financière nette ne fait l'objet d'aucune garantie ou sûreté réelle.

NOTE 15 – AUTRES DETTES ET AUTRES PASSIFS

(en millions d'euros)	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	0,3	0,3	-	-	0,3	-
Dettes fiscales et sociales	0,9	0,9	-	-	0,9	-
Autres dettes	18,1	18,1	-	-	18,1	17,5
Produits constatés d'avance	0,9	0,6	0,2	-	-	0,1
Autres dettes et autres passifs	20,2	20,0	0,2	-	19,5	17,7

NOTE 16 – AUTRES INFORMATIONS

16.1 Relations avec les parties liées

Au cours de l'exercice, il n'a été conclu aucune convention nouvelle avec les parties liées au sens de l'article R. 123-198 du Code de commerce, d'un montant significatif et à des conditions qui n'auraient pas été des conditions normales de marché.

16.2 Engagements financiers

Engagements sur instruments financiers à terme

Couverture de change

Dans le cadre de sa politique de financement et de couverture de change, la société Financière Agache utilise des ventes à terme devises contre euro. Au 31 décembre 2019, il n'existe pas d'opérations en cours.

Engagements reçus

La société Financière Agache bénéficie de lignes de crédit confirmées conclues avec des établissements bancaires, dont le montant non tiré disponible au 31 décembre 2019 s'élève à 2 035 millions d'euros.

Depuis l'exercice 2011, dans le cadre de la gestion globale des financements et de la trésorerie du Groupe, deux sociétés du Groupe Familial Arnault ont conféré à la société Financière Agache le droit d'acquérir un total de 6 300 000 actions LVMH et 2 500 000 actions Christian Dior à un prix unitaire qui correspondra, en cas d'exercice de ce droit, au cours de bourse des actions concernées lors de leur acquisition par Financière Agache.

16.3 Identité de la société consolidante

Dénomination sociale	SIREN	Siège social
Groupe Arnault	314 685 454	41, avenue Montaigne, 75008 PARIS



16.4 Filiales et participations

	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consentis par la Société et non encore remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la Société	Dividendes encaissés par la Société au cours de l'exercice
	Brute	Nette			
<i>(en milliers d'euros sauf indication contraire)</i>					
A. Titres dont la valeur brute excède 1 % du capital					
1. Filiales (détention supérieure à 50 %)					
Agache Développement	18,9	-	-	-	-
Coromandel	52,5	52,5	-	-	-
Montaigne Services	4,5	0,0	-	-	-
Semyrhamis	3 666,3	3 666,3	-	-	-
Transept	3,0	0,2	71,4	-	-
Markas Holding	18,5	1,5	-	-	-
Westley International	52,1	16,4	-	-	-
2. Participations (détention comprise entre 10 et 50 %)					
Le Peigné	65,4	65,4	4,3	-	-
LC Investissements	109,1	109,1	-	-	-
3. Autres					
Christian Dior ^(a)	462,3	462,3	-	-	566,3
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ^(a)	606,0	606,0	-	-	51,6
B. Autres (titres dont la valeur brute n'excède pas 1 % du capital)					
1. Filiales					
Filiales françaises	0,1	0,1	-	-	-
2. Autres					
TOTAL	5 058,7	4 979,8	75,8	-	618,0

(a) Hors titres comptabilisés en valeurs mobilières de placement.

16.5 Valeurs mobilières

Information sur les valeurs mobilières

	Valeur nette 31 déc. 2019
<i>(en millions d'euros)</i>	
Actions	73,2
Hedge Funds et fonds de Private Equity	0,6
VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT	73,8

4. Résultats et autres éléments significatifs de la Société au cours des cinq derniers exercices

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)</i>	2015	2016	2017	2018	2019
1. Capital					
Montant du capital social	50,8	50,8	50,8	50,8	50,8
Nombre d'actions ordinaires existantes	3 173 352	3 173 352	3 173 352	3 173 352	3 173 352
Nombre maximal d'actions futures à créer par exercice d'options de souscription	-	-	-	-	-
2. Opérations et résultats de l'exercice					
Chiffre d'affaires hors taxes	-	-	-	-	-
Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions)	280,9	100,9	70,0	139,3	666,6
Impôts sur les bénéfices	9,0	6,0	4,0	8,4	25,4
Résultat après impôts et charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions)	248,9	113,5	181,5	150,1	662,7
Résultat distribué ^(a)	550,6	82,5	317,3	222,1	166,6
3. Résultats par action (en euros)					
Résultat avant impôts, mais avant charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions)	88,53	31,80	22,05	43,90	210,06
Résultat après impôts et charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions)	78,45	35,76	57,21	47,31	208,84
Dividende brut distribué à chaque action ^(b)	173,5	26,0	100,0	70,0	52,5
4. Personnel					
Effectif moyen <i>(en nombre)</i>	-	-	-	-	-
Montant de la masse salariale	-	-	-	-	-
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(a) Montant de la distribution résultant de la résolution de l'Assemblée générale, avant effet des actions Financière Agache auto-détenues à la date de distribution. Pour l'exercice clos le 31 décembre 2019, montant proposé à l'Assemblée générale du 4 juin 2020.

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



5. Rapports des Commissaires aux comptes

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

À l'Assemblée générale de la société Financière Agache,

I. Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la société Financière Agache relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2019, tels qu'ils sont joints au présent rapport. Ces comptes ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 22 avril 2020 sur la base des éléments disponibles à cette date dans un contexte évolutif de crise sanitaire liée au Covid-19.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au Comité d'audit de la performance.

II. Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des Commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance qui nous sont applicables, sur la période du 1^{er} janvier 2019 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014 ou par le Code de déontologie de la profession de Commissaire aux comptes.

III. Observation

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'introduction de la Note 2.1 « Cadre général, changement de méthodes comptables » de l'annexe aux états financiers qui expose le changement de présentation du compte de résultat.

IV. Justification des appréciations – Points-clés de l'audit

En application des dispositions des articles L. 823-9 et R. 823-7 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous devons porter à votre connaissance les points-clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Nous avons déterminé qu'il n'y avait pas de point-clé de l'audit à communiquer dans notre rapport.

V. Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

Informations données dans le Rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le Rapport de gestion du Conseil d'administration arrêté le 22 avril 2020 et dans les autres documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires. S'agissant des événements survenus et des éléments connus postérieurement à la date d'arrêté des comptes relatifs aux effets de la crise liée au Covid-19, la direction nous a indiqué qu'ils feront l'objet d'une communication à l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes.

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D. 441-4 du Code de commerce.

Rapport sur le gouvernement d'entreprise

Nous attestons de l'existence, dans le rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise, des informations requises par l'article L. 225-37-4 du Code de commerce.

Autres informations

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le Rapport de gestion.

VI. Informations résultant d'autres obligations légales et réglementaires

Désignation des Commissaires aux comptes

Nous avons été nommés Commissaires aux comptes de la société Financière Agache par vos Assemblées générales du 27 juin 1997 pour le cabinet MAZARS et du 24 juin 2009 pour le cabinet ERNST & YOUNG et Autres.

Au 31 décembre 2019, le cabinet MAZARS était dans la vingt-troisième année de sa mission sans interruption et le cabinet ERNST & YOUNG et Autres dans la onzième année. Antérieurement, le cabinet ERNST & YOUNG Audit était Commissaire aux comptes depuis 1992.

VII. Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au Comité d'audit de la performance de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'Audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration.



VIII. Responsabilités des Commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Objectif et démarche d'audit

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L. 823-10-1 du Code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le Commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

Rapport au Comité d'audit de la performance

Nous remettons au Comité d'audit de la performance un rapport qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au Comité d'audit de la performance figurent les risques d'anomalies significatives, que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice et qui constituent de ce fait les points-clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au Comité d'audit de la performance la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L. 822-10 à L. 822-14 du Code de commerce et dans le Code de déontologie de la profession de Commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le Comité d'audit de la performance des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Courbevoie et Paris-La Défense, le 15 mai 2020

Les Commissaires aux comptes

MAZARS

Loïc Wallaert

Guillaume Machin

ERNST & YOUNG et Autres

Gilles Cohen

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

À l'Assemblée générale de la société Financière Agache,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques, les modalités essentielles ainsi que les motifs justifiant de l'intérêt pour la société des conventions dont nous avons été avisés ou que nous aurions découvertes à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions. Il vous appartient, selon les termes de l'article R. 225-31 du Code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R. 225-31 du Code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions déjà approuvées par l'Assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Conventions soumises à l'approbation de l'Assemblée générale

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention autorisée et conclue au cours de l'exercice écoulé à soumettre à l'approbation de l'Assemblée générale en application des dispositions de l'article L. 225-38 du Code de commerce.

Conventions déjà approuvées par l'Assemblée générale

En application de l'article R. 225-30 du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, déjà approuvées par l'Assemblée générale au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

- **Avec la société Groupe Arnault, actionnaire et Administrateur de votre Société**

Convention d'assistance

Personnes concernées

MM. Nicolas Bazire et Florian Ollivier, Administrateurs.

Nature, objet et modalités

Votre société ne dispose d'aucun personnel salarié propre. La convention d'assistance conclue avec la société Groupe Arnault permet la mise en commun de compétences et la mutualisation de certaines dépenses, et en réduit par conséquence la charge.

Modalités

En 2019, votre société a versé à la société Groupe Arnault une somme de 214 404,92 euros toutes taxes comprises (178 670,76 euros hors taxes), dans le cadre de la convention d'assistance du 27 novembre 1995, modifiée par l'avenant en date du 23 octobre 2009, et portant sur les services financiers, fiscaux et comptables.

Courbevoie et Paris-La Défense, le 15 mai 2020

Les Commissaires aux comptes

MAZARS

Loïc Wallaert

Guillaume Machin

ERNST & YOUNG et Autres

Gilles Cohen



Déclaration du Responsable du Rapport financier annuel

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent Rapport annuel sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous attestons, à notre connaissance, que les Comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le Rapport de gestion figurant en page 3 présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Paris, le 15 mai 2020

Florian OLLIVIER
Président-directeur général



FINANCIERE AGACHE

11, rue François 1^{er} – Paris 8^e