

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

EXERCICE 2008

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

LE GROUPE LVMH	1
HISTORIQUE	1
CHIFFRES CLÉS	2
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 28 FÉVRIER 2009	4
LES ACTIVITÉS DU GROUPE	7
RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LE GROUPE LVMH	21
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE	67
COMPTES CONSOLIDÉS	79
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON SA	143
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	143
GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	159
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	175
RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LA SOCIÉTÉ LVMH	183
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	203
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 14 MAI 2009	229
RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	243
TABLES DE CONCORDANCE	247

HISTORIQUE

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

Du XVI^e siècle à nos jours :

XVI ^e siècle	1573	Wen Jun
	1593	Château d'Yquem
XVIII ^e siècle	1729	Ruinart
	1743	Moët & Chandon
	1765	Hennessy
	1772	Veuve Clicquot
	1780	Chaumet
XIX ^e siècle	1815	Ardbeg
	1828	Guerlain
	1843	Krug
	1846	Loewe
	1849	Royal Van Lent
	1852	Le Bon Marché
	1854	Louis Vuitton
	1858	Mercier
	1860	TAG Heuer
	1865	Zenith
	1870	La Samaritaine
	1893	Glenmorangie
	1895	Berluti
XX ^e siècle	1908	Les Echos
	1916	Acqua di Parma
	1925	Fendi
	1936	Dom Pérignon
		Fred
	1942	Rossimoda
	1945	Celine
	1947	Parfums Christian Dior
		Emilio Pucci
	1952	Givenchy
	1957	Parfums Givenchy
	1960	DFS
	1963	Miami Cruiseline
	1970	Kenzo
	1973	Sephora
		Domaine Chandon
	1976	Cape Mentelle
	1977	Newton
	1980	Hublot
	1984	Thomas Pink
		Marc Jacobs
		Donna Karan
	1985	Cloudy Bay
1987	Parfums Kenzo	
1989	Make Up For Ever	
1991	Fresh	
	StefanoBi	
1993	Chopin	
1995	BeneFit Cosmetics	
1996	Belvedere	
1998	Numanthia Termes	
1999	Terrazas de los Andes	
XXI ^e siècle	2000	e.Luxury
	2001	De Beers Diamond Jewellers
	2003	Cheval des Andes
	2005	10 Cane

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

(en millions d'euros et en pourcentage)	2008	2007	2006
Ventes	17 193	16 481	15 306
Résultat opérationnel courant	3 628	3 555	3 172
Résultat net	2 318	2 331	2 160
Résultat net - part du Groupe	2 026	2 025	1 879
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ⁽¹⁾	4 096	4 039	3 504
Investissements opérationnels	1 039	990	771
Capitaux propres	13 887	12 528	11 594
Dette financière nette ⁽²⁾	3 869	3 094	3 400
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	28 %	25 %	29 %

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

(2) La dette financière nette exclut les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir définition dans la Note 17.1 de l'annexe aux comptes consolidés.

Données par action

(en euros)	2008	2007	2006
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	4,28	4,27	3,98
Résultat net, part du Groupe après dilution	4,26	4,22	3,94
Dividende par action			
Acompte	0,35	0,35	0,30
Solde	1,25	1,25	1,10
Montant brut global versé sur la période ^{(3) (4)}	1,60	1,60	1,40

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

(4) Pour l'exercice 2008, montant proposé à l'Assemblée Générale Ordinaire du 14 mai 2009.

Informations par groupe d'activités

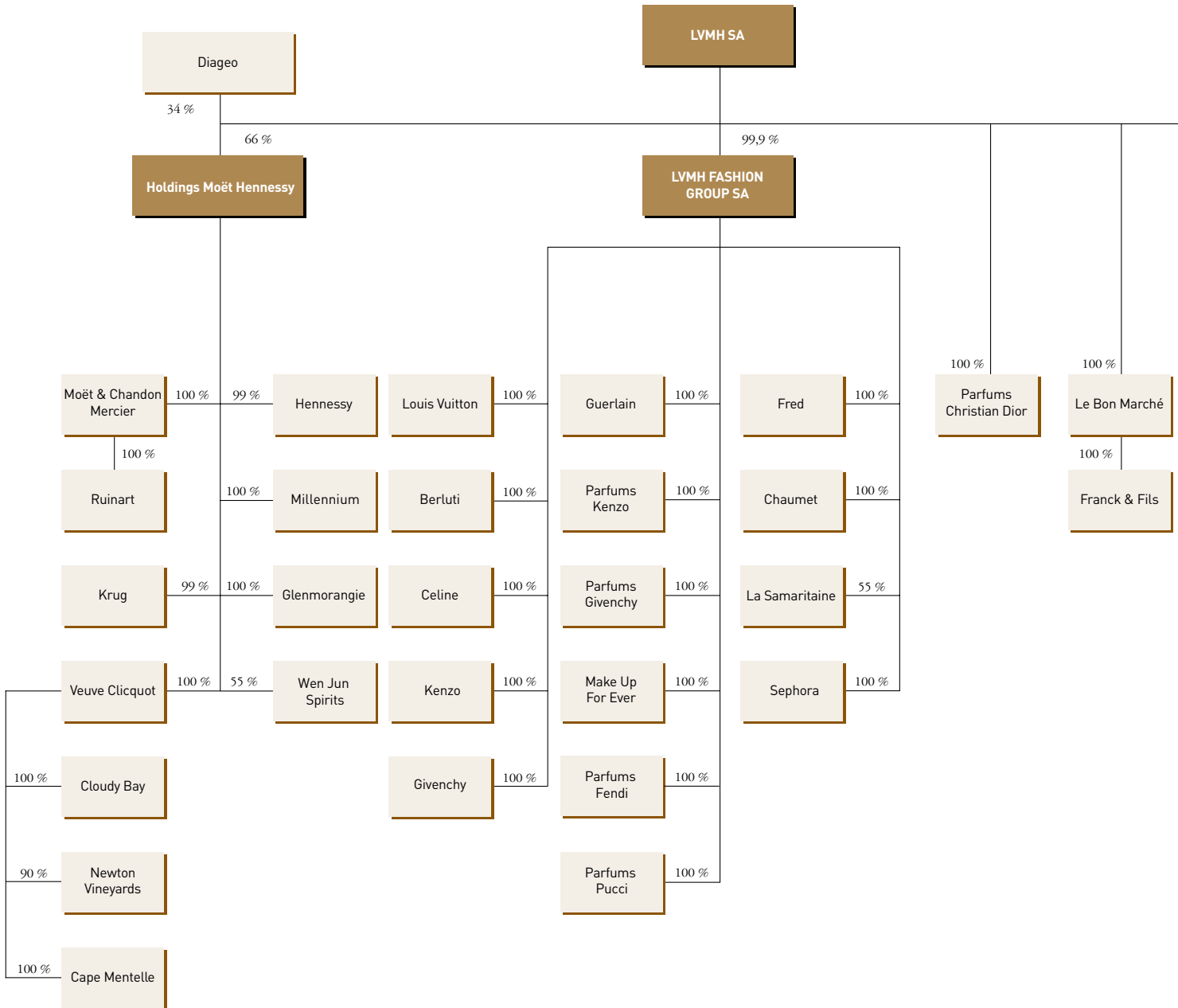
(en millions d'euros)	2008	2007 ⁽⁵⁾	2006 ⁽⁵⁾
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	3 126	3 226	2 994
Mode et Maroquinerie	6 010	5 628	5 222
Parfums et Cosmétiques	2 868	2 731	2 519
Montres et Joaillerie	879	833	737
Distribution sélective	4 376	4 164	3 877
Autres activités et éliminations	(66)	(101)	(43)
Total	17 193	16 481	15 306
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	1 060	1 058	962
Mode et Maroquinerie	1 927	1 829	1 633
Parfums et Cosmétiques	290	256	222
Montres et Joaillerie	118	141	80
Distribution sélective	388	426	387
Autres activités et éliminations	(155)	(155)	(112)
Total	3 628	3 555	3 172

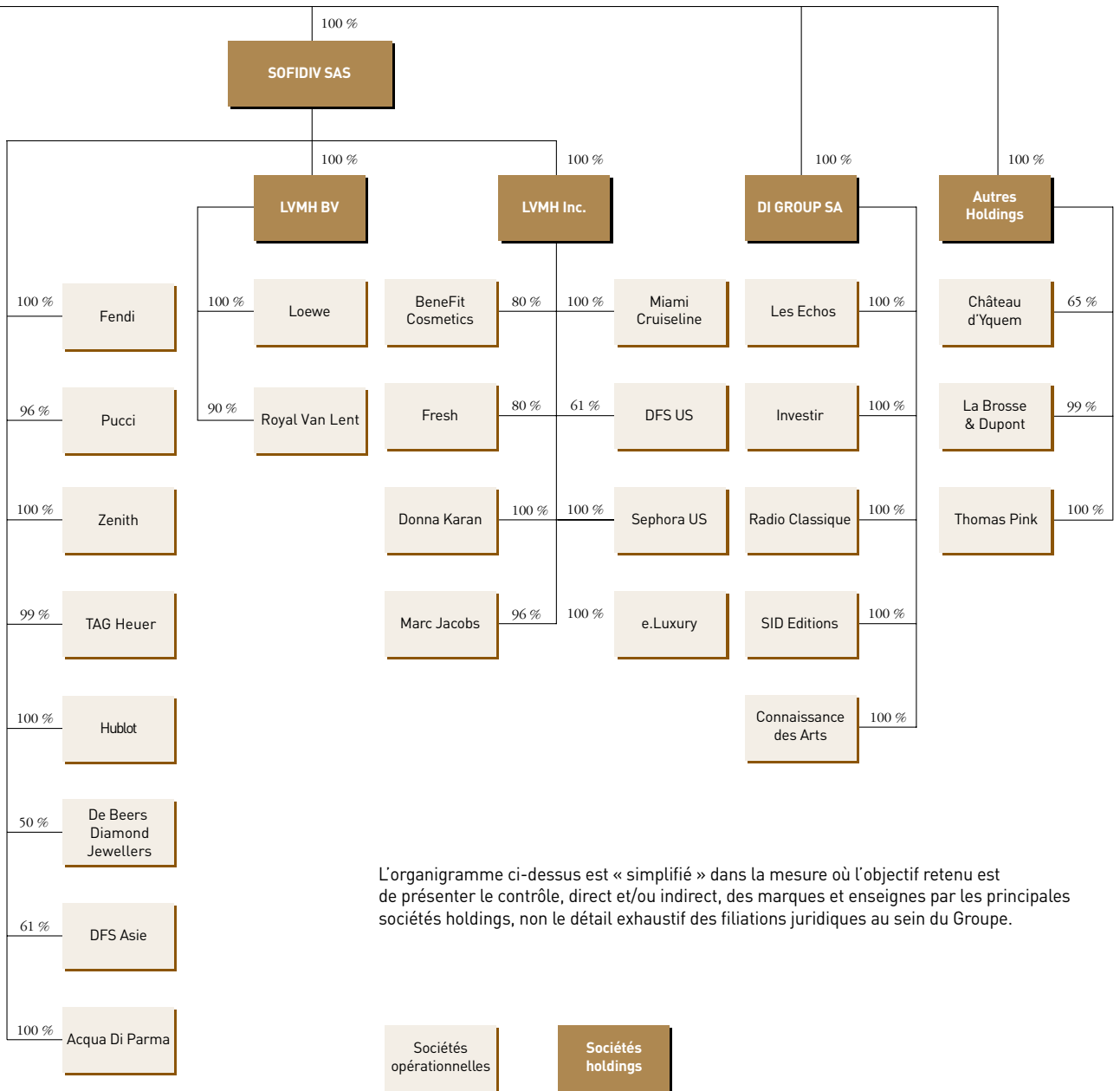
(5) Après retraitement lié au reclassement des activités de La Samaritaine de Distribution sélective à Autres activités.

Informations par zone géographique

	2008	2007	2006
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	14	14	15
Europe (hors France)	24	23	22
États-Unis	23	25	26
Japon	10	11	13
Asie (hors Japon)	20	19	17
Autres marchés	9	8	7
Total	100	100	100
Ventes par devise (en %)			
Euro	32	31	30
Dollar US	28	30	32
Yen	10	11	13
Dollar Hong Kong	4	4	3
Autres devises	26	24	22
Total	100	100	100
Nombre de magasins			
France	331	306	288
Europe (hors France)	596	523	456
États-Unis	531	463	394
Japon	256	253	278
Asie (hors Japon)	485	409	363
Autres marchés	115	94	80
Total	2 314	2 048	1 859

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 28 FÉVRIER 2009





LE GROUPE LVMH

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

	<i>Page</i>
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
2. MODE ET MAROQUINERIE	13
2.1 LES MARQUES DU GROUPE MODE ET MAROQUINERIE	13
2.2 LA CRÉATION	14
2.3 LA DISTRIBUTION	14
2.4 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	14
3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES	14
3.1 LES MARQUES DU GROUPE PARFUMS ET COSMÉTIQUES	15
3.2 LA RECHERCHE EN PARFUMS ET COSMÉTIQUES	16
3.3 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	17
4. MONTRES ET JOAILLERIE	17
4.1 LES MARQUES DU GROUPE MONTRES ET JOAILLERIE	17
4.2 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	18
5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE	18
5.1 L'ACTIVITÉ « TRAVEL RETAIL »	19
5.2 L'ACTIVITÉ « SELECTIVE RETAIL »	19
6. AUTRES ACTIVITÉS	20

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

1. VINS ET SPIRITUEUX

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

En 2008, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 3 126 millions d'euros, soit 18 % des ventes totales du Groupe LVMH.

1.1 Champagne et Vins

En 2008, les ventes de l'activité Champagne et Vins se sont élevées à 1 689 millions d'euros (dont 85 % pour le champagne), soit 54 % des ventes de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.1.1 Les marques de champagne et vins

LVMH produit et commercialise une gamme de marques très étendue de vins de Champagne de haute qualité. En dehors de la Champagne, le Groupe élabore et distribue un ensemble de vins pétillants et tranquilles haut de gamme issus de régions viticoles renommées : France, Espagne, Californie, Argentine, Brésil, Australie et Nouvelle-Zélande. Les vins développés par Moët Hennessy sont regroupés au sein de l'entité Estates & Wines.

LVMH représente le premier portefeuille de marques de Champagne, celles-ci bénéficiant de positionnements complémentaires sur le marché. **Dom Pérignon** est une cuvée de prestige élaborée par **Moët & Chandon** depuis 1936. **Moët & Chandon**, fondée en 1743, premier vigneron et premier exportateur de la Champagne, et **Veuve Clicquot Ponsardin**, fondée en 1772, qui occupe le deuxième rang de la profession, sont

deux grandes marques à vocation internationale. **Mercier**, fondée en 1858, est une marque destinée au marché français. **Ruinart**, la plus ancienne des Maisons de Champagne, fondée en 1729, a une stratégie de développement très ciblée sur quelques marchés prioritaires, aujourd'hui principalement européens. **Krug**, Maison fondée en 1843 et acquise par LVMH en janvier 1999, est une marque mondialement renommée, spécialisée exclusivement dans les cuvées haut de gamme. En décembre 2008, LVMH a annoncé l'acquisition de la Maison de Champagne Montaudon, fondée en 1891, opération qui permet notamment au Groupe de renforcer ses approvisionnements.

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

Le Groupe possède également un ensemble de vins prestigieux du Nouveau Monde : **Cape Mentelle** et **Green Point** en Australie, **Cloudy Bay** en Nouvelle-Zélande, ainsi que **Newton** en Californie.

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

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

1.1.2 Position concurrentielle

En 2008, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH diminuent de 3,6 % tandis que les expéditions de la région Champagne diminuent de 4,8 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 18,9 % du total des expéditions de la région, contre 18,7 % en 2007 (source CIVC).

La répartition des expéditions de Champagne, pour la région est la suivante :

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2008			2007			2006		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	181,2	10,1	5,6	188,0	11,0	5,8	181,0	10,6	5,9
Export	141,2	51,0	36,1	150,8	52,4	34,7	81,6	29,5	36,2
Total	322,4	61,1	18,9	338,8	63,4	18,7	262,6	40,1	15,3

(Source : Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne - CIVC)

La ventilation géographique des ventes de champagne de LVMH en 2008, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

(en pourcentage)	2008	2007	2006
Allemagne	5	5	5
Grande-Bretagne	12	12	12
États-Unis	17	20	20
Italie	8	7	8
Suisse	2	2	2
Japon	7	8	7
Autres	32	29	28
Total export	83	83	82
France	17	17	18
Total	100	100	100

1.1.3 Mode d'élaboration du champagne

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

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

Les conditions climatiques influencent très sensiblement la récolte du raisin d'année en année. L'élaboration du champagne requiert en outre un vieillissement en cave d'environ deux années et davantage pour les cuvées « premium », qui sont les cuvées vendues au-delà de 110 % du prix moyen de vente. Pour se prémunir des irrégularités de vendanges et gérer les fluctuations de la demande, mais aussi pour maintenir une qualité constante au fil des années, les Maisons de champagne de LVMH ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock des vins de réserve. Une vendange de faible volume pouvant affecter ses ventes pendant deux ou trois ans, voire plus, LVMH maintient en permanence des stocks de champagne importants dans ses caves. Au 31 décembre 2008, ces stocks représentaient environ 250 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 4,3 années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 5 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée.

1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 684 hectares en production, qui fournissent un peu plus d'un quart des besoins annuels. Au-delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vigneronnes et de coopératives, sur la base d'accords pluri-annuels ; le premier fournisseur de raisins et de vins représente moins de 15 % du total des approvisionnements des Maisons du Groupe. Avant 1996, un prix indicatif était publié par l'interprofession ; s'y ajoutaient des primes spécifiques négociées individuellement entre les vigneronnes et les négociants. À la suite d'un premier accord quadriennal signé en 1996, un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2000, portant sur les quatre vendanges 2000 à 2003 et confirmant la volonté de modération dans les fluctuations du prix du raisin, à la hausse ou à la baisse. Un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2004 entre les Maisons et les vigneronnes de la Champagne, portant sur les 5 vendanges 2004 à 2008. Cet accord fixe de nouvelles règles ayant pour objectifs de sécuriser le paiement des raisins aux vigneronnes et de maîtriser la spéculation sur les prix.

Depuis une dizaine d'années, les vigneronnes et négociants ont mis en place une réserve qualitative permettant de faire face aux irrégularités des récoltes, les stocks excédentaires ainsi « bloqués » pouvant être mis en vente les années de faible récolte. Ces vins « bloqués » en réserve qualitative assurent une certaine sécurité pour les années futures de petite récolte.

Pour la récolte 2008, l'Institut national des appellations d'origine (INAO) a fixé le rendement maximum de l'appellation Champagne à 12 400 kg/ha. Ce rendement maximum correspond au niveau de récolte maximum pouvant être vinifié et commercialisé en appellation Champagne. En 2006, l'INAO a redéfini le cadre réglementaire des réserves « bloquées » évoquées précédemment. Il est désormais possible de récolter des raisins au-delà du rendement commercialisable dans la limite d'un plafond appelé « plafond limite de classement (PLC) ». Ce PLC est déterminé chaque année dans la limite du rendement total maximum qui a été fixé à 15 500 kg/ha. La récolte supplémentaire est bloquée en réserve, conservée en cuves et utilisée pour compléter une récolte déficitaire. Le niveau maximum de cette réserve bloquée est fixé à 8 000 kg/ha.

La récolte 2008 a permis d'atteindre le plafond commercialisable de 12 400 kg/ha et de compléter les réserves bloquées au niveau du rendement agronomique jusqu'à environ 14 000 kg/ha. Un déblocage de 1 200 kg/ha a été mis en place en 2008. Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2008 s'établit entre 4,90 euros et 5,80 euros suivant les crus, en augmentation de 5 % par rapport à 2007.

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.

Les Maisons de Champagne ont eu recours à des sous-traitants pour un montant de 35 millions d'euros environ ; ces prestations sont notamment relatives aux opérations de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2 Cognac et spiritueux

En 2008, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 1 437 millions d'euros, soit 46 % des ventes totales de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.2.1 Les marques de cognac et spiritueux

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

En 2002, LVMH a acquis 40 % de Millennium, producteur et distributeur de vodka haut de gamme sous les marques **Belvedere** et **Chopin** ; à fin 2004, LVMH en détenait 70 % ; les 30 % restants du capital ont été acquis en 2005. Millennium a été créée en 1994 avec pour objet d'apporter au marché américain une vodka de luxe pour connaisseurs ; en 1996, Belvedere et Chopin sont introduites sur ce marché. La distillerie Polmos Zyrardow située en Pologne, qui élabore la vodka de luxe Belvedere, a été créée en 1910 et

acquise par Millennium en 2001 à l'occasion de sa privatisation. En 1999, la société décide de développer des vodkas aromatisées. En 2007, suite à un accord avec Belvedere Winery, Moët Hennessy a acquis la marque et le nom de domaine Belvedere aux États-Unis, devenant ainsi propriétaire de cette marque de vodka dans le monde entier.

À la suite d'une Offre Publique d'Achat amicale clôturée fin décembre 2004, LVMH a acquis, en janvier 2005, 99 % du capital de Glenmorangie Plc, société britannique cotée à Londres, et le solde en mars 2005 dans le cadre d'une procédure de retrait. Le Groupe Glenmorangie détient en particulier les marques de whisky single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg**. La distillerie Glen Moray, précédemment détenue par Glenmorangie Plc, a été cédée en 2008.

Au printemps 2005, LVMH a lancé sur le marché américain, sous la marque **10 Cane**, un rhum artisanal de luxe qui bénéficie du savoir-faire de Moët Hennessy à toutes les étapes de son élaboration.

En mai 2007, le Groupe a acquis 55 % du capital de **Wen Jun Spirits** et Wen Jun Spirits Sales qui produisent et distribuent des alcools blancs en Chine. La distillerie, qui élabore l'un des alcools les plus renommés du pays, a opéré sans interruption depuis la dynastie des Ming au XVI^e siècle.

1.2.2 Position concurrentielle

Les volumes d'expédition de la région de Cognac diminuent de 5 % par rapport à 2007, alors que les expéditions en volume de Hennessy diminuent de 3 %. La part de marché du groupe d'activités s'établit ainsi à 43 %, contre 42 % en 2007 (source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC). 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 LVMH, sur la base des expéditions en nombre de bouteilles hors vrac, sont les suivantes :

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2008			2007			2006		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
États-Unis	47,6	27,0	56,7	55,6	32,9	59,2	51,5	27,9	54,2
Asie (hors Japon)	40,2	19,1	47,5	36,4	16,3	44,7	31,1	15,8	50,9
Japon	1,7	1,0	56,1	2,7	1,6	60,0	2,9	1,7	59,7
Allemagne	5,3	1,5	27,5	5,2	1,1	21,8	5,4	1,2	22,5
France	3,9	0,3	6,4	4,7	0,3	5,4	4,5	0,3	5,6

(Source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC)

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

(en pourcentage)	2008	2007	2006
États-Unis	45	53	52
Japon	2	3	3
Asie (hors Japon)	32	26	22
Europe (hors France)	16	14	12
Autres export	5	4	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 75 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie.

La région est découpée en six crus ayant chacun leurs 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 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. Une eau-de-vie qui a atteint sa plénitude ne constitue pas pour autant un grand cognac. Le cognac résulte de l'assemblage progressif d'eaux-de-vie sélectionnées en fonction de leurs crus, de leurs origines et de leur âge.

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

Hennessy exploite 179 hectares en propriété. Le vignoble du Groupe est resté quasiment stable depuis 2000, après l'arrachage de 60 hectares de vignes en 1999, ceci dans le cadre du plan interprofessionnel mis en place en 1998 ; ce plan avait pour objet de réduire la superficie de production par des primes offertes à l'arrachage et des aides attribuées aux vignerons, incitant à une production de vins autres que ceux entrant dans l'élaboration du cognac.

L'essentiel des vins et eaux-de-vie nécessaires à Hennessy pour sa production est acheté auprès d'un réseau d'environ 2 500 producteurs indépendants, avec lesquels la société veille au maintien d'une extrême qualité. Les prix d'achat des vins et eaux-de-vie sont établis entre la société et chaque producteur suivant l'offre et la demande. En 2008, le prix des vins de la récolte reste stable pour les Fins Bois, après une hausse de 7 % en 2007.

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

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

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

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

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

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

La vodka Chopin est élaborée en Pologne par quadruple distillation de jus de pomme de terre, ce qui lui assure une qualité reconnue des amateurs ; ce procédé est réalisé en dehors du Groupe.

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

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Millennium représente moins de 25 % des approvisionnements de la société.

1.2.6 Mode d'élaboration du whisky

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

Selon les règles d'élaboration du whisky de malt, l'orge malté est tout d'abord broyé, ce qui produit un mélange de farine et d'écorces appelé « grist ». Ce produit est ensuite mélangé avec de l'eau chaude dans de grands baquets de bois appelés « wash tuns » afin d'extraire les sucres de l'orge malté. Le liquide résultant de ce brassage, appelé « worsts », est placé dans une cuve et additionné

de levures en vue d'opérer la fermentation alcoolique. Le liquide ainsi obtenu, appelé « wash », subit ensuite une double distillation dans des alambics de cuivre connus sous le nom de « wash stills » et « spirit stills ». Chaque distillerie possède des alambics dont la taille et la forme spécifiques influencent fortement les arômes du whisky qu'elle produit. Les alambics de Glenmorangie, les plus hauts d'Écosse, s'élèvent à 5,14 mètres de hauteur, ne laissant se dégager et se condenser que les émanations les plus subtiles. Chez Ardbeg, les alambics sont équipés d'un purificateur unique en son genre.

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

1.2.7 Mode d'élaboration du rhum 10 Cane

La catégorie du rhum est très peu réglementée. À l'exclusion des « Rhums Agricoles », il n'existe pas d'appellation contrôlée. Il est toutefois possible de distinguer deux groupes, en fonction du mode d'exploitation de la canne à sucre : les rhums fabriqués à partir de la mélasse, sous-produit de la sucrerie, et ceux élaborés à partir d'un vin à base de jus de canne très dilué. C'est le cas, par exemple, des Îles françaises des Antilles.

La distillerie 10 Cane, située sur l'île de Trinidad, n'utilise que du jus de première pressée, tout le reste étant rejeté. Après la fermentation progressive du pur jus de canne non dilué, elle procède à une méthode de distillation ancestrale et expressive. La double distillation en alambics charentais permet de mettre en relief les qualités du vin du jus de canne et, in fine, du rhum. Après distillation, la maturation peut commencer dans de vieux fûts de chêne du Limousin légèrement toastés.

Pour l'installation de son atelier de production, la distillerie 10 Cane s'est associée avec Angostura Trinidad Distillers, présent sur l'île depuis plusieurs générations. 10 Cane conserve cependant la maîtrise d'œuvre dans les domaines les plus sensibles.

1.2.8 Mode d'élaboration des spiritueux Wen Jun

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

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

1.3 La distribution des Vins et Spiritueux

La distribution des Vins et Spiritueux de LVMH sur les principaux marchés mondiaux est assurée pour l'essentiel par un réseau de filiales internationales, dont une partie en joint-ventures avec le Groupe de spiritueux Diageo ; en 2008, 24 % des ventes de champagne et de cognac ont été réalisées par ce canal.

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

À partir de 1987, LVMH et Guinness (antérieurement à la constitution du groupe Diageo) ont en effet conclu des accords conduisant à établir 17 joint-ventures pour la distribution de leurs grandes marques, dont MHD en France et Schieffelin & Somerset aux États-Unis. Ce réseau commun répond à l'objectif de renforcer les positions des deux groupes, de mieux contrôler leur distribution, d'améliorer le service rendu à leur clientèle et d'accroître leur rentabilité par un partage des coûts de distribution.

Fin 2004, LVMH et Diageo ont annoncé la séparation de leurs activités de vente des gammes de produits de Moët Hennessy et de Diageo aux États-Unis, au sein de la joint-venture Schieffelin & Somerset ; cet accord ne remet pas en cause la distribution des produits des deux groupes sur ce marché auprès des distributeurs communs, mise en place depuis 2002. Faisant suite à cet accord, LVMH a annoncé début 2005 la création de Moët Hennessy USA qui assure désormais la commercialisation de l'ensemble des marques de Vins et Spiritueux de LVMH aux États-Unis.

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Celine, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda, StefanoBi, ainsi que le site Internet e-Luxury composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis dispose de 1 090 magasins dans le monde. Tout en respectant l'identité et le positionnement créatif des marques ainsi rassemblées, LVMH soutient leur développement en mettant à leur disposition des ressources communes.

En 2008, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 6 010 millions d'euros, soit 35 % des ventes totales de LVMH.

2.1 Les marques du groupe Mode et Maroquinerie

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

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

Les principales lignes de produits de maroquinerie de Louis Vuitton sont :

- la ligne *Monogram*, toile historique créée en 1896, également déclinée en Monogram vernis, mini, satin, glacé, mat ;
- la ligne *Cuir Epi*, proposée en neuf couleurs ;
- la ligne *Damier* existant en trois couleurs, ébène, azur et *Damier Graphite*, ligne masculine créée en 2008 ;
- la ligne *Taïga*, pour homme, proposée en quatre couleurs.

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

Donna Karan, a été fondée à New York en 1984. Ses lignes de prêt-à-porter, *Collection*, la plus luxueuse, et *DKNY*, déclinaison plus active, correspondent à un style de vie très actuel et international.

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

Marc Jacobs, créée à New York en 1984, est la marque éponyme du Directeur Artistique de Louis Vuitton. Elle est détenue majoritairement par LVMH depuis 1997, et connaît un développement rapide dans le domaine de la mode féminine et masculine.

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

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

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

Thomas Pink (né en 1984), est en Angleterre un spécialiste réputé de la chemise haut de gamme. Depuis son entrée dans le Groupe en 1999, la marque a entrepris d'accélérer sa croissance à l'international.

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

Berluti, artisan bottier depuis 1895, marque détenue par LVMH depuis 1993, crée et commercialise des souliers pour homme de très haute qualité, sur mesure et en prêt-à-chausser et, depuis 2005, une ligne de maroquinerie.

StefanoBi, fabricant italien de chaussures de luxe implanté à Ferrare depuis 1991, a été acquis par Louis Vuitton Malletier en 1996.

Rossimoda, société italienne fondée en 1942, qui a rejoint le Groupe en 2003, est spécialisée dans la fabrication et la distribution de souliers féminins haut de gamme sous licences.

2.2 La création

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

LVMH considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons de mode un grand nombre de créateurs au talent reconnu mondialement : Marc Jacobs crée depuis 1998 les collections de prêt-à-porter de Louis Vuitton, supervise la création des souliers et réinterprète avec succès les grands classiques de la Maison en maroquinerie. Phoebe Philo a été nommée Directrice Artistique de Céline en 2008. Le jeune créateur Riccardo Tisci est depuis 2005 Directeur Artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy Femme et s'est vu confier la création du prêt-à-porter masculin en 2008. La Direction Artistique de Loewe est assurée par Stuart Vevers. Antonio Marras est le Directeur Artistique de l'ensemble des collections Kenzo. Donna Karan continue de créer les lignes de la Maison qui porte son nom. Peter Dundas a rejoint en 2008 la Maison Emilio Pucci en qualité de Directeur Artistique. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti.

2.3 La distribution

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

Pour répondre à ces objectifs, LVMH s'est doté du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de Mode et Maroquinerie. Ce réseau comprend 1 090 magasins au 31 décembre 2008, dont 425 pour Louis Vuitton.

2.4 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Dans les activités de Mode et Maroquinerie, les capacités de production et le recours à la sous-traitance sont très variables selon les marques.

Les quinze ateliers de fabrication de maroquinerie de Louis Vuitton Malletier, onze en France, trois en Espagne et un aux États-Unis, assurent l'essentiel de la production de la marque. Le site de Louis Vuitton à Fiesso d'Artico en Italie regroupe l'ensemble des savoir-faire, du développement à la production,

pour toutes ses catégories de souliers. Louis Vuitton ne recourt à des tiers que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de sa production.

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

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance de production représente en 2008 environ 35 % du coût des ventes.

Louis Vuitton Malletier dépend de fournisseurs extérieurs pour la majorité des cuirs et matières utilisées dans la fabrication de ses produits. Bien qu'une partie significative des matières premières soit achetée auprès d'un nombre assez faible de fournisseurs, Louis Vuitton considère que ces fournitures pourraient le cas échéant être obtenues auprès d'autres sources. En 2004, des équilibrages ont d'ailleurs permis de limiter la dépendance vis-à-vis des fournisseurs. Après une diversification lancée en 1998 vers la Norvège et l'Espagne, le portefeuille des fournisseurs s'est élargi à l'Italie en 2000. Chez Louis Vuitton, le premier fournisseur de cuirs et peaux représente environ 20 % du total des approvisionnements de ces produits.

On rencontre une situation identique chez Fendi, sauf sur certaines peaux exotiques dont les fournisseurs sont rares.

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

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

3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les grandes Maisons françaises Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. À cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent BeneFit Cosmetics et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétiques en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, marque espagnole détenant de fortes positions sur son marché domestique, et Make Up For Ever, marque française spécialisée à l'origine dans les produits de maquillage professionnel. En fin d'année 2007, deux parfums ont été lancés pour les marques Fendi et Pucci. La ligne Fendi *Palazzo* a été retirée du marché en début d'année 2009.

La présence d'un large éventail de marques au sein du groupe d'activités génère des synergies et constitue une force sur le

marché. L'effet de volume permet notamment l'achat d'espace publicitaire à de meilleurs tarifs et la négociation de meilleurs emplacements dans les grands magasins. Dans le domaine de la recherche et développement, les marques du Groupe ont mutualisé leurs ressources dès 1997 avec un centre en commun à Saint-Jean de Braye (France), sur le site industriel de Parfums Christian Dior. L'utilisation de services partagés par les filiales internationales augmente l'efficacité des fonctions de support pour toutes les marques 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 des Parfums et Cosmétiques.

À l'exception des produits et services du groupe Laflachère, les marques de Parfums et Cosmétiques de LVMH sont commercialisées dans les circuits de distribution sélective (par opposition à la grande distribution et à la parapharmacie).

En 2008, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 2 868 millions d'euros, soit 17 % des ventes totales de LVMH.

3.1 Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques

La société **Parfums Christian Dior** est née en 1947, la même année que la Maison de couture, avec le lancement du parfum *Miss Dior*. Tout en développant ses lignes de parfums féminins et masculins au fil des années, Parfums Christian Dior a étendu son activité au domaine du maquillage à partir de 1955 et aux produits de soin à partir de 1973. Aujourd'hui Parfums Christian Dior consacre à la recherche 1,7 % de ses ventes et se situe à l'avant-garde en matière d'innovation.

Les principaux parfums féminins de la marque sont : *Miss Dior*, *Poison*, *J'Adore*, *Dior Addict*, *Pure Poison*, *Miss Dior Chérie*, *Midnight Poison* lancé en 2007 et *Escale à Portofino*, créé en 2008. *Eau Sauvage*, *Fahrenheit*, *Dune pour Homme*, *Higber*, *Dior Homme*, *Fahrenheit 32*, créé en 2007, et *Dior Homme Sport*, lancé en 2008, constituent les parfumants masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Diorsnow*, *Hydraktion* et *L'Or de Vie*, lancée en 2007, pour les produits de soin ; *Dior Addict*, *Diorskin*, *Backstage*, *Rouge Dior* et *Diorsbow* pour le maquillage.

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

Jicky, *l'Heure Bleue*, *Mitsouko*, *Shalimar*, *Samsara*, *Aqua Allegoria*, *L'Instant de Guerlain*, *Insolence*, créé en 2006 et *L'Instant Magic*, lancé en 2007, pour les parfums féminins, *Habit Rouge*, *Vetiver*, *L'Instant de Guerlain pour Homme* et *Guerlain Homme*, lancement de

l'année 2008, pour les parfums masculins, sont les ambassadeurs de la marque.

Les principales lignes cosmétiques de Guerlain sont *Issima* et *Orchidée Impériale* pour les produits de soin, *Terracota* et *Kisskiss* pour le maquillage.

La société **Parfums Givenchy**, fondée en 1957, complète sa présence dans l'univers des parfums féminins et masculins (*Amarige*, *Organza*, *Very Irresistible* Givenchy, *Ange ou Démon* lancé en 2006, *Givenchy pour Homme*, *Very Irresistible pour Homme*, *Play*, lancé en 2008...) en développant une activité dans le domaine des produits cosmétiques avec les soins Givenchy et la ligne de maquillage Givenchy *Le Makeup* inaugurée en 2003.

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et connaissent un fort développement depuis le succès de *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a entrepris de diversifier son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant l'année suivante la gamme *KenzoKi*. L'année 2006 a vu le lancement du parfum féminin *KenzoAmour* et l'année 2008 celui du parfum masculin *KenzoPower*.

BeneFit Cosmetics, créée en 1976 à San Francisco, a rejoint LVMH fin 1999. La marque doit son succès rapide au sérieux de ses produits de beauté et de maquillage allié à un réel sens du plaisir, conforté par l'aspect ludique de leurs noms et de leurs packagings. Outre les ventes réalisées par ses sept boutiques exclusives en Californie, ses trois boutiques de Chicago, sa boutique près de New York et ses dix boutiques de Grande-Bretagne, la marque est actuellement distribuée dans près de 1 500 points de vente aux États-Unis, en Europe, et en Asie.

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

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

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

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Parme, est une marque de parfumerie de prestige, symbole du chic italien. La marque est spécialisée dans les parfums et les soins du corps et a diversifié son

offre, notamment dans les parfums d'intérieur et le linge de maison. Aujourd'hui basée à Milan, Acqua di Parma s'appuie sur un réseau de distribution exclusif, dont une boutique en propre à Milan.

Le Groupe **Laflochère**, dont l'actif principal, la société La Brosse et Dupont, est leader français dans la distribution des produits d'hygiène et de beauté, a été acquis par LVMH fin 1998. La société est fortement implantée dans les circuits de la grande distribution en France et en Europe.

3.2 La recherche en parfums et cosmétiques

La recherche et l'innovation jouent un rôle majeur dans la stratégie de développement des Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH. Le regroupement au sein d'un GIE, LVMH Recherche, des différentes entités de recherche des marques du Groupe a permis de développer de nombreuses synergies. Plus de 260 scientifiques, chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins, travaillent ainsi au sein des laboratoires implantés à Saint-Jean de Braye près d'Orléans au sein de la Cosmetic Valley sur tous les développements des produits de soin, maquillage et parfums de Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy. Les laboratoires assurent également un certain nombre de développements pour Parfums Kenzo, Loewe, Acqua di Parma, Fendi, Pucci et les sociétés américaines Fresh et BeneFit, ainsi que, d'une manière générale, la coordination réglementaire pour l'ensemble des marques du groupe LVMH impliquées dans les parfums ou les cosmétiques.

Cette concentration de moyens et de compétences permet à LVMH de mener, en liaison avec des partenaires français et étrangers, en particulier de grandes universités, des projets de recherche appliquée dont l'ensemble des marques bénéficie pour le développement des produits. Enfin, le regroupement de services associés aux développements, permet d'affirmer l'expertise de LVMH dans des domaines tels que la sécurité des produits, ou la représentation de ses intérêts dans différentes organisations réglementaires internationales de la profession.

Globalement, les investissements de recherche en Parfums et Cosmétiques représentent environ 1,6 % des ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques de LVMH. En 2008, les équipes de recherche et développement ont poursuivi leurs travaux dans les domaines clés de compétence, sensorialité, plaisir, qualité, sécurité et performance des produits. On notera notamment de grandes avancées dans les domaines de la biologie, de la biologie moléculaire, de l'innovation galénique et des substances naturelles avec la recherche de nouveaux ingrédients actifs d'origine végétale issus du monde entier. Les nouveaux ingrédients développés et proposés par les équipes ont intégré, en complément de la notion de performance, une forte dimension d'éthique et de durabilité. L'ensemble de ces activités a donné lieu à de nombreuses communications et articles scientifiques sur toutes ces thématiques. Des projets de recherche innovants ont été développés dans le cadre du pôle de compétitivité porté par la Cosmetic Valley et devraient avoir des retombées importantes pour

les développements futurs. Par ailleurs, LVMH Recherche protège régulièrement ses inventions par des dépôts de brevets procurant un véritable avantage concurrentiel. Dans le domaine des soins, les principaux thèmes de recherche sont à l'heure actuelle relatifs à l'anti-âge (prévention et correction), avec notamment :

- la poursuite des travaux sur la longévité cellulaire et tissulaire : ces travaux ont permis de mieux caractériser les facteurs de longévité cellulaire, dans les tissus cutanés ;
- le vieillissement cutané avec la présentation, lors d'un symposium international organisé par LVMH Recherche à Shanghai en mai 2008, des travaux sur les modifications physiologiques des peaux asiatiques et indiennes avec l'âge et les stress environnementaux ;
- la protection des cellules souches cutanées, territoire ouvert par LVMH Recherche lors d'un symposium en 2007 sur ce sujet : ces travaux ont permis d'identifier la présence de cellules souches adultes dans la couche basale de l'épiderme, responsables de la cicatrisation et du renouvellement cellulaire cutané. Basée sur des recherches de fond avec des laboratoires internationaux, une stratégie de protection des cellules souches cutanées a été développée et appliquée dans la gamme de produits de soins anti-âge *Capture* de Parfums Christian Dior.

Les recherches se poursuivent également dans le domaine des aquaporines (protéines en charge du transport d'eau), de la jonction cornéo-épidermique et de l'hydratation, attente majeure pour les consommateurs. De nouvelles avancées apparaissent dans le domaine des produits éclaircissants appréciés par la clientèle des marchés asiatiques, produits qui permettent également d'améliorer la luminosité et la transparence du teint, un effet de plus en plus recherché aussi hors Asie. Les travaux d'innovation galénique ont permis d'optimiser encore plus les textures en relation avec leur efficacité et leur sensorialité. Ils ont permis également de développer de nouvelles technologies d'encapsulation, les *Stemsome*[®], qui sont des liposomes protégés par *Biskin*[®] afin de renforcer leur résistance et permettre leur intégration dans une crème riche (*Capture XP* chez Parfums Christian Dior).

Poursuivant leurs travaux de recherche très en amont sur les orchidées et le domaine de la longévité, les Laboratoires LVMH ont contribué à la poursuite du succès d'*Orchidée Impériale*, soin anti-âge majeur de Guerlain. En particulier, ont été mis au point une lotion, un soin de cure et un sérum blanchissant-éclat *Orchidée Impériale White*. Des ingrédients et des formulations révolutionnaires ont permis le lancement d'une nouvelle gamme hydratante à base de rose du désert, *SuperAqua* de Guerlain. D'autres recherches spectaculaires sur la communication cellulaire et des vecteurs de nouvelle génération, associées à la création de textures surprenantes, ont permis d'aborder de façon originale le soin chez Givenchy (*Soin Noir* et *Radically No Surgetics*).

Dans le domaine du maquillage, les principaux thèmes de recherche sont les interactions peau-lumière-matière, les nouveaux pigments à effets, les matériaux intelligents et les nouveaux polymères. Les

partenariats en amont ont permis d'améliorer le développement de nouveaux effets colorés pour les différents produits de maquillage des marques du Groupe. L'innovation passe fréquemment par des transferts technologiques et par des packagings innovants. Ainsi dans le domaine des mascaras, de nouvelles brosses élastomériques conduisant à de bien meilleurs résultats maquillage des cils ont vu le jour chez Parfums Christian Dior (*Diorshow Iconic*), Givenchy (*Phenomen'Eye*) et Guerlain (*Le 2*). Ces nouvelles brosses et les nouveaux gestes qui leur correspondent ont nécessité une approche totalement nouvelle des formules qui ont été construites sur mesure. Les fonds de teint ont intégré plus profondément de la valence soin grâce à l'incorporation d'actifs à des concentrations jamais vues jusqu'ici (*Nude* et *Capture Totale* chez Parfums Christian Dior, et *Parure* chez Guerlain).

Dans le domaine du rouge à lèvres, les nouveaux packagings avec sticks guidés permettent l'élaboration de textures encore plus fondantes et agréables (*High Shine* chez Parfums Christian Dior).

Du côté des poudres, l'incorporation de nouvelles matières premières traitées ainsi que le recours à de nouveaux procédés ont permis l'obtention de poudres crémeuses et confortables (les ombres à paupières *5 Couleurs Iridescent* chez Parfums Christian Dior).

De nombreux produits, aussi bien en soin qu'en maquillage, ont été primés par la presse beauté internationale.

L'innovation, particulièrement dynamique en termes de produits en 2008, s'est concentrée sur une plus grande transversalité dans le management des projets. Ces programmes de recherche très ambitieux permettent d'imaginer des produits toujours plus innovants, sur des thématiques où LVMH Recherche se veut toujours en avance sur ses concurrents.

3.3 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Les cinq centres de production français de Guerlain, Givenchy et Dior assurent la quasi-totalité de la production des quatre grandes marques françaises, y compris Kenzo, 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 suffisantes en France pour couvrir ses propres besoins. Seules les sociétés américaines, plus récentes, ainsi que les parfums Loewe et Acqua di Parma, sous-traitent la fabrication de leurs produits pour la plus grande part.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2008, pour cette activité, environ 9 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 8 millions d'euros de sous-traitance logistique.

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

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

4. MONTRES ET JOAILLERIE

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH regroupe un portefeuille de marques horlogères et joaillères de premier plan et aux positionnements très complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Zenith, manufacture de haute horlogerie réputée pour son mouvement El Primero, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la Maison de couture, Chaumet, prestigieux joaillier historique de la place Vendôme, Fred, créateur de bijoux contemporains, et De Beers, joint-venture créée en juillet 2001, qui affirme son positionnement de joaillier diamantaire (l'activité de la marque De Beers, précédemment consolidée dans les Autres activités, est intégrée au groupe d'activités Montres et Joaillerie depuis 2006). Hublot, jeune marque horlogère haut de gamme, a été acquise en 2008. La marque de stylos Omas a été cédée en octobre 2007.

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

Une coordination industrielle a été mise en place par l'utilisation de ressources communes, telles les capacités de conception de prototypes, et par un partage des meilleures méthodes en matière d'investissements, d'amélioration de la productivité et de négociation des conditions d'achat auprès des fournisseurs.

En 2008, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 879 millions d'euros, soit 5 % des ventes totales de LVMH.

4.1 Les marques du groupe Montres et Joaillerie

TAG Heuer (fondée en 1860 à Saint-Imier dans le Jura suisse, acquise par LVMH en novembre 1999) est la référence incontestable des montres et des chronographes de sport et de prestige, dont elle est le leader mondial. Associée au monde des sports de compétition et à ses valeurs de performance, la marque est reconnue pour la qualité et la précision de ses montres ainsi que pour leur esthétique d'avant-garde. Les modèles les plus réputés sont, pour la ligne « professional sport watches » : les séries

Aquaracer, *Link* et *Formula One* ; pour les montres et chronographes classiques, les modèles *Carrera* et *Monaco*. TAG Heuer a lancé sous licence en 2002 sa première ligne de lunettes. Après avoir lancé en 2007 la gamme *Grand Carrera* de montres et chronographes automatiques, la marque a lancé en 2008 *Meridiist*, sa première gamme de téléphones mobiles conçue en collaboration avec la société Modelabs.

Zenith, fondée en 1865 et implantée au Locle dans le Jura suisse, a rejoint LVMH en novembre 1999. Zenith appartient au cercle très restreint des manufactures horlogères. Le terme manufacture désigne, dans le monde de l'horlogerie, une entreprise qui assure intégralement la conception et la fabrication des mouvements mécaniques. Les deux mouvements phares de Zenith, le chronographe automatique *El Primero* et le mouvement automatique extra-plat *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque : les lignes *Chronomaster*, *Class* et *Port Royal*. Zenith a lancé la collection *Defy*, sa première ligne sportive, en 2006.

Hublot, marque fondée en 1980, a innové dès son origine en créant la première montre dotée d'un bracelet en caoutchouc naturel. Dotée d'un savoir-faire horloger de premier plan, la marque est reconnue pour son concept original de fusion de matériaux nobles et technologiques et pour son modèle icône *Big Bang* né en 2005. En parallèle aux nombreuses déclinaisons de ce modèle, Hublot continue de développer sa gamme historique *Classic*. En 2008, Hublot a lancé une ligne de montres féminines et a ouvert ses premières boutiques.

Les Montres Dior, gérées depuis 2008 sous la forme d'une joint-venture entre le groupe d'activités Montres et Joaillerie et la société Dior Couture, appartiennent à la catégorie des montres de mode. Elles sont fabriquées en Suisse par les Ateliers Horlogers. Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Christal*, *Chiffre rouge* et *D de Dior*, sont conçues en parfaite harmonie avec la force créative de la Maison de couture. À noter en 2008 le lancement des modèles mécaniques de la ligne *Christal*.

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

Fred (fondé en 1936) est présent dans la haute joaillerie, la joaillerie et l'horlogerie. LVMH a acquis en 1995 une participation de 71 % dans la société, portée à 100 % en 1996. Depuis son arrivée au sein du Groupe, Fred a entrepris un renouvellement complet de sa création, de son image et de sa distribution. Ce renouveau se traduit notamment dans le style audacieux et contemporain de ses créations.

De Beers est une marque commune à LVMH et De Beers créée en juillet 2001. La société, dont le siège est à Londres, met progressivement en place un réseau mondial de boutiques proposant des bijoux sous la marque De Beers. Elle aborde le marché du diamant sous un angle original, tant sur le plan de l'inspiration créative en matière de bijoux que de la conception des points de vente. De Beers a lancé sa première collection horlogère en 2007.

4.2 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Grâce à ses cinq ateliers ou manufactures suisses, situés au Locle et à la Chaux de Fonds, le Groupe assure la quasi-totalité de l'assemblage des montres et chronographes vendus sous les marques TAG Heuer, Zenith, Christian Dior, Chaumet, Fred et Hublot. Zenith assure en outre dans sa manufacture la conception et la fabrication des mouvements mécaniques *El Primero* et *Elite* qui ont fait la réputation de la marque.

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance ne représente ainsi en 2008 que 7 % du coût des ventes.

Compte tenu des exigences de très haute qualité, les composants assemblés sont recherchés auprès d'un nombre limité de fournisseurs, suisses pour l'essentiel, à l'exception des cuirs pour les bracelets. En 2008, la filiale industrielle Cortech en Suisse réalise une part importante des boîtes nécessaires à la production de TAG Heuer et Zénith.

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

5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

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

En 2008, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 4 376 millions d'euros, soit 25 % des ventes totales de LVMH.

5.1 L'activité « travel retail »

DFS

DFS a rejoint LVMH en 1997 à la suite d'une prise de participation de 61,25 % opérée entre décembre 1996 et février 1997.

Ce groupe américain est le pionnier et l'un des leaders mondiaux de la distribution de produits de luxe aux voyageurs internationaux. Son activité est très liée aux cycles du tourisme.

Depuis sa création en 1961 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 operators japonais et internationaux et a considérablement développé son activité, tout particulièrement au sein des destinations touristiques situées dans la région Asie-Pacifique.

La stratégie du groupe DFS est fondée en priorité sur le développement et la promotion de ses magasins Galleria de centre-ville, qui assurent aujourd'hui la majorité de ses ventes.

D'une superficie de 1 000 à 18 000 mètres carrés, les 15 Gallerias sont implantées dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon. Chacune associe en un même lieu, à proximité des hôtels où séjournent les voyageurs, trois espaces commerciaux différents et complémentaires : une offre généraliste de produits de luxe (Parfums et Cosmétiques, Mode et Accessoires...), une galerie de boutiques de grandes marques (Louis Vuitton, Hermès, Bulgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Celine...) et un complexe de loisirs et d'achat de souvenirs.

Tout en privilégiant le développement de ses Gallerias où réside sa principale source de croissance, DFS maintient son intérêt stratégique pour les concessions d'aéroports qui peuvent être remportées ou renouvelées dans de bonnes conditions économiques. DFS est actuellement présent dans une vingtaine d'aéroports internationaux situés en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon.

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline, dont l'acquisition a été réalisée par LVMH en janvier 2000, est une société américaine fondée en 1963, leader mondial de la vente de produits de luxe hors taxes à bord des navires de croisière. Elle fournit ses services à plus de 80 bateaux représentant plusieurs compagnies maritimes. Elle édite, en outre, des revues touristiques, des catalogues et fiches publicitaires disponibles à bord des navires.

L'acquisition de Miami Cruiseline a permis à l'activité « travel retail » de mieux équilibrer sa présence géographique et de diversifier sa clientèle, majoritairement asiatique auparavant, en la complétant par celle des croisières, dominée par les Américains

et les Européens. Il existe en outre d'excellentes synergies entre les activités de DFS et celles de Miami Cruiseline dans les domaines du management et du merchandising.

Miami Cruiseline a fait porter ses efforts sur une amélioration de la qualité de son offre produits et de l'adaptation de ses assortiments à chaque navire de croisière afin d'accroître la moyenne des dépenses par passager.

5.2 L'activité « selective retail »

Sephora

L'enseigne Sephora, fondée en 1970, a développé au fil du temps un concept de parfumerie alliant le libre accès et le conseil. Ce concept a donné naissance à une nouvelle génération de magasins à l'architecture sobre et luxueuse, structurés en trois espaces dédiés respectivement au parfum, au maquillage et au soin. Grâce à la qualité de ce concept, Sephora a su conquérir la confiance des marques sélectives de Parfums et Cosmétiques. L'enseigne propose en outre depuis 1995 des produits vendus sous sa propre marque.

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie, notamment Marie-Jeanne Godard et les sociétés italiennes Laguna, Boidi et Carmen. Sephora dispose aujourd'hui de 603 magasins en Europe, implantés dans 13 pays. Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 215 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, sephora.com, et 12 magasins au Canada. Implantée en Chine depuis 2005, Sephora dispose de 51 magasins dans ce pays au 31 décembre 2008. Ayant débuté son implantation au Moyen-Orient en 2007, l'enseigne y dispose de 16 magasins à la fin de l'année 2008 répartis sur six pays. À noter en 2008, l'ouverture du premier magasin à Singapour.

Le Bon Marché

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

Le Bon Marché dispose d'un département alimentaire, La Grande Épicerie de Paris. Depuis 1995, il est également propriétaire du magasin Franck et Fils, situé rue de Passy dans le seizième arrondissement de Paris. Au cours des dernières années, un important travail de fond, portant notamment sur la rénovation et la transformation de ses espaces de vente associées à une montée en gamme de son offre commerciale, a permis de renforcer l'identité du Bon Marché. Reconnu pour sa politique d'assortiment et de service très exigeante, Le Bon Marché s'est aujourd'hui imposé comme le grand magasin le plus exclusif et le plus créatif de Paris.

6. AUTRES ACTIVITÉS

Les Autres activités regroupent le pôle média géré par DI Group (ex Desfossés International), la Samaritaine et, depuis le dernier trimestre 2008, le constructeur de yacht néerlandais Royal Van Lent.

En décembre 2007, DI Group a acquis le groupe Les Echos auprès du groupe britannique Pearson. Le groupe Les Echos comprend Les Echos, premier quotidien économique en France, Les Echos.fr, premier site Internet économique en France, le magazine Enjeux-Les Echos, ainsi que d'autres services économiques spécialisés. Le quotidien La Tribune, précédemment détenu par DI Group, a été cédé à News Participations en février 2008. Outre Les Echos, DI Group réunit plusieurs titres de la presse économique et culturelle – Investir, Connaissance des Arts, Le Monde de la Musique –, la maison d'édition littéraire Arléa, et la station de radio française Radio Classique.

Fondée en 1870, la Samaritaine est, comme Le Bon Marché, l'un des plus anciens grands magasins de Paris. LVMH a acquis 55 %

du capital de la Samaritaine en janvier 2001. Pour des raisons de sécurité et en application du principe de précaution, la Samaritaine a été conduite à fermer son magasin au public à compter du mois de juin 2005. Sur la base des conclusions de plusieurs bureaux d'études et après consultation des institutions représentatives du personnel, la décision a été prise de maintenir le magasin fermé pendant toute la durée des travaux de mise en sécurité et conformité. À l'issue de ceux-ci, la vocation commerciale du site sera perpétuée, l'ambition de la Direction de la Samaritaine étant, au-delà de la remise aux normes techniques, de créer un ensemble commercial d'envergure, présentant d'incontestables qualités architecturales, adapté à l'environnement urbanistique et aux modes de consommation du XXI^e siècle.

Royal Van Lent, fondé en 1849, est spécialisé dans la conception et la construction sur mesure de yachts de grand prestige commercialisés sous la marque *Feadschip*.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LE GROUPE LVMH

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	22
1.1 COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ	22
1.2 VINS ET SPIRITUEUX	25
1.3 MODE ET MAROQUINERIE	27
1.4 PARFUMS ET COSMÉTIQUES	30
1.5 MONTRES ET JOAILLERIE	32
1.6 DISTRIBUTION SÉLECTIVE	34
2. FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE	35
2.1 FACTEURS DE RISQUES GÉNÉRAUX	35
2.2 RISQUES INDUSTRIELS ET ENVIRONNEMENTAUX	36
2.3 ASSURANCES ET COUVERTURES DES RISQUES	37
3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE	38
3.1 RISQUES DE MARCHÉ	39
3.2 VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	40
3.3 STRUCTURE FINANCIÈRE	41
4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	42
4.1 DÉPENSES DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION	42
4.2 FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	42
4.3 INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS ET DANS LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION	42
5. DONNÉES SOCIALES	43
5.1 RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF	43
5.2 TEMPS DE TRAVAIL	47
5.3 RÉMUNÉRATION	49
5.4 ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET DIVERSITÉ	49
5.5 FORMATION	51
5.6 HYGIÈNE ET SÉCURITÉ	52
5.7 RELATIONS PROFESSIONNELLES	52
5.8 RELATIONS AVEC LES TIERS	53
5.9 RESPECT DES CONVENTIONS INTERNATIONALES	54
6. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT	54
6.1 CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU, MATIÈRES PREMIÈRES ET ÉNERGIE	55
6.2 CONDITIONS D'UTILISATION DES SOLS ; REJETS DANS L'AIR, L'EAU ET LE SOL	57
6.3 MESURES PRISES POUR LIMITER LES ATTEINTES À L'ÉQUILIBRE BIOLOGIQUE, AUX MILIEUX NATURELS, AUX ESPÈCES ANIMALES ET VÉGÉTALES PROTÉGÉES	60
6.4 ORGANISATION DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT AU SEIN DU GROUPE	60
7. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES	63
7.1 PRODUCTION	63
7.2 DISTRIBUTION	64
7.3 ÉTABLISSEMENTS ADMINISTRATIFS ET IMMEUBLES LOCATIFS	65
8. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	65
9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	65
10. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES	65

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LE GROUPE LVMH

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1.1 Commentaires sur l'activité

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2008	2007 ⁽¹⁾	2006 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	3 126	3 226	2 994
Mode et Maroquinerie	6 010	5 628	5 222
Parfums et Cosmétiques	2 868	2 731	2 519
Montres et Joaillerie	879	833	737
Distribution sélective	4 376	4 164	3 877
Autres activités et éliminations	(66)	(101)	(43)
Total	17 193	16 481	15 306

(1) Après retraitement lié au reclassement des activités de La Samaritaine de Distribution sélective à Autres activités.

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2008	2007 ⁽¹⁾	2006 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	1 060	1 058	962
Mode et Maroquinerie	1 927	1 829	1 633
Parfums et Cosmétiques	290	256	222
Montres et Joaillerie	118	141	80
Distribution sélective	388	426	387
Autres activités et éliminations	(155)	(155)	(112)
Total	3 628	3 555	3 172

(1) Après retraitement lié au reclassement des activités de La Samaritaine de Distribution sélective à Autres activités.

Les ventes de l'exercice 2008 s'élèvent à 17 193 millions d'euros, en croissance de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Elles sont affectées par la baisse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de 7 % pour le dollar US. À devises constantes, les ventes progressent de 8 %.

Depuis le 1^{er} janvier 2007, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans les Vins et Spiritueux, la participation dans le groupe chinois Wen Jun Spirits acquise en mai 2007 a été consolidée au second semestre 2007 ; dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie, consolidation au second semestre 2008 de la marque Hublot et cession et déconsolidation au second semestre 2007 de la marque de stylos Omas ; dans les Autres activités, consolidation au premier semestre 2008 du groupe de presse Les Echos et déconsolidation de La Tribune cédée début 2008 et consolidation au dernier trimestre 2008 du constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent. Ces évolutions du périmètre de consolidation contribuent pour 1 point à la croissance du chiffre d'affaires annuel.

À taux de change et périmètre comparables, la croissance organique des ventes est de 7 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2008	2007	2006
Euro	32	31	30
Dollar US	28	30	32
Yen	10	11	13
Hong Kong dollar	4	4	3
Autres devises	26	24	22
Total	100	100	100

La ventilation des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro augmente de 1 point à 32 %, le poids du dollar US baisse de 2 points à 28 %, le poids du yen japonais baisse de 1 point à 10 % et le poids des autres devises augmente de 2 points à 30 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2008	2007	2006
France	14	14	15
Europe (hors France)	24	23	22
États-Unis	23	25	26
Japon	10	11	13
Asie (hors Japon)	20	19	17
Autres marchés	9	8	7
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse du poids relatif des États-Unis et du Japon dans les ventes du Groupe qui évoluent de respectivement 25 % à 23 % et de 11 % à 10 %. La France reste stable à 14 % alors que l'Europe (hors France), l'Asie (hors Japon) et les autres marchés portés essentiellement par le Moyen-Orient progressent chacun d'un point à respectivement 24 %, 20 % et 9 %.

L'évolution défavorable de la parité Euro/Dollar explique la baisse du poids du dollar US et des États-Unis dans les ventes du Groupe ; à parité constante, les ventes facturées en dollar US progressent de 5 % et les ventes aux États-Unis de 2 %.

Il convient de souligner le dynamisme exceptionnel des nouveaux territoires comme la Chine, la Russie et le Moyen-Orient qui entraîne une forte augmentation des facturations dans les devises correspondantes.

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe évolue peu. La part des Vins et Spiritueux baisse de 2 points à 18 %, celle de la Mode et Maroquinerie augmente de 1 point à 35 %. La part des autres groupes d'activités reste inchangée et s'établit à 17 % pour les Parfums et Cosmétiques, 25 % pour la Distribution sélective et 5 % pour les Montres et Joaillerie. Dans les Autres

activités et éliminations, l'augmentation des ventes des activités Média du fait de l'intégration du groupe de presse Les Echos est partiellement compensée par une augmentation des éliminations de consolidation provenant de la progression des ventes des marques de Parfums et Cosmétiques à Sephora.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en baisse de 3 % en données publiées. Elles souffrent d'un effet de change négatif de 4 points, la croissance organique étant de 1 %. Après un début d'année ralenti par l'écoulement des stocks des grossistes principalement aux États-Unis et au Japon, les ventes ont résisté dans un contexte économique difficile. La croissance organique en valeur provient essentiellement de l'effet des hausses de prix tandis que les volumes de champagne et cognac sont en baisse respectivement de 7 % et 6 %. Par marché, les performances sont contrastées : la demande est moins dynamique aux États-Unis et au Japon du fait de la conjoncture ; en revanche les tendances sont globalement positives en Europe et dépassent les attentes en Chine, dans certains marchés asiatiques comme le Vietnam, ainsi qu'en Russie et au Moyen-Orient. La Chine est devenue en 2008 le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des ventes des activités Mode et Maroquinerie est de 10 %, et de 7 % en données publiées. Louis Vuitton accomplit une performance remarquable sur l'année, enregistrant de nouveau une croissance organique à deux chiffres de ses ventes. La marque connaît une avancée spectaculaire en Asie, notamment en Chine ; elle continue d'afficher une forte dynamique en Europe. Fendi, Donna Karan et Marc Jacobs confirment également leur potentiel et réalisent de fortes progressions.

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance organique de ses ventes de 8 %, pour 5 % en données publiées. Cette dynamique est alimentée à la fois par l'innovation et par l'enrichissement des lignes existantes. Les trois catégories de produits (parfum, maquillage et soin) sont en progression. La quasi-totalité des marques du portefeuille contribuent à cette performance : les marques phares comme Parfums Christian Dior ou Guerlain, mais aussi les marques alternatives et marques de niche comme BeneFit Cosmetics et Make Up For Ever. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques consolide son leadership européen et les marques accentuent leurs avancées en Russie, en Chine et au Moyen-Orient, marchés qui confirment leur fort potentiel.

La croissance organique des ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie est en baisse de 2 %, et en hausse de 6 % en données publiées (effet de change négatif de 2 points et effet périmètre positif de 10 points). L'effet périmètre positif lié à l'intégration de Hublot est de 10 %. L'année a été marquée par la morosité du marché américain et par une baisse de la demande au Japon. Toutes les marques ont accru leurs ventes en Europe et en Asie. Elles ont enregistré des croissances significatives au Moyen-Orient et en Russie.

La croissance organique des ventes de la Distribution sélective est de 9 %, et de 5 % en données publiées. Cette croissance est portée par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement non seulement à surfaces comparables, mais également du fait de l'expansion de son réseau de magasins en Europe, en Amérique du Nord, en Chine et au Moyen-Orient. Malgré une baisse d'activité dans les zones touristiques fréquentées par les voyageurs japonais, DFS parvient à enregistrer une croissance organique de ses ventes, profitant de la montée en puissance des autres clientèles asiatiques, principalement chinoise.

La marge brute du Groupe s'élève à 11 181 millions d'euros, en croissance de 5 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 65 %, en hausse de 0,1 point.

Cette progression résulte des efforts de maîtrise des coûts de revient des produits vendus, des hausses des prix de vente, des montées en gamme entraînant une amélioration des mix produits et de l'efficacité des opérations de couverture de change.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 6 104 millions d'euros, sont en augmentation de 6 % en données publiées et de 9 % à taux de change constants. Outre le renforcement des investissements en communication des principales marques, cette augmentation provient du développement des réseaux de distribution tant pour les activités de détail (boutiques) que pour les activités de gros. Néanmoins le niveau de ces charges commerciales reste stable en pourcentage des ventes à 35 %.

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

(en nombre)	2008	2007	2006
France	331	306	288
Europe (hors France)	596	523	456
États-Unis	531	463	394
Japon	256	253	278
Asie (hors Japon)	485	409	363
Autres marchés	115	94	80
Total	2 314	2 048	1 859

Les charges administratives sont de 1 449 millions d'euros, en hausse de 4 % en données publiées, et de 7 % à taux de change constants. Elles représentent 8 % des ventes, un niveau identique à celui enregistré en 2007.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 3 628 millions d'euros, en croissance de 2 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à près de 21 %, en baisse de 1 point par rapport à 2007.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à l'exercice précédent, est négatif de 143 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires

sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices ; la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises et l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone euro. À devises et effets de couverture de change constants, la progression du résultat opérationnel courant du Groupe serait de 6 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 060 millions d'euros, stable par rapport à 2007. La baisse des volumes vendus est compensée par la poursuite de la politique de hausse des prix conforme au positionnement haut de gamme des produits. Ces hausses de prix conjuguées à la maîtrise des coûts permettent de compenser l'effet négatif des variations monétaires, les dépenses de renforcement du réseau de distribution et les investissements publi-promotionnels ciblés sur les marchés stratégiques. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités est en augmentation de 1,1 point à 33,9 %.

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 1 927 millions d'euros, en croissance de 5 %. Malgré l'effet défavorable des variations monétaires, Louis Vuitton réalise à nouveau une performance remarquable. Fendi tout comme Marc Jacobs confirment leur dynamique de croissance profitable. Les autres marques en phase de développement ou de renouveau créatif ont enregistré des performances plus contrastées, ce qui a entraîné une légère baisse de 0,4 point, à 32,1 %, du taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités.

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 290 millions d'euros, en progression de 13 %. Malgré un renforcement des investissements publi-promotionnels et malgré les frais liés au retour de Fendi et Pucci dans l'univers du parfum, les efforts de maîtrise des coûts de revient et des autres charges opérationnelles ont permis de poursuivre l'amélioration de la rentabilité. Ainsi le taux de marge opérationnelle sur ventes progresse de 0,7 point à 10,1 %.

Après quatre années de forte croissance et un redressement remarquable de sa rentabilité, le groupe d'activités Montres et Joaillerie présente une diminution de son résultat opérationnel courant à 118 millions d'euros. Dans un contexte de ralentissement des ventes, le taux de rentabilité opérationnelle baisse à 13,4 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 388 millions d'euros, en diminution de 9 %. Confirmant sa dynamique de forte croissance profitable, Sephora continue d'améliorer sa marge opérationnelle, malgré les frais occasionnés par son expansion rapide en Europe, aux États-Unis, en Chine et au Moyen-Orient. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités Distribution sélective dans son ensemble s'établit à 8,9 %.

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations s'établit à - 155 millions d'euros, stable par rapport à 2007. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média ainsi que les yachts Royal Van Lent, activité acquise en 2008.

Les autres produits et charges opérationnels s'établissent à - 143 millions d'euros contre - 126 millions d'euros en 2007. En 2008, les autres produits et charges incluent 14 millions d'euros de plus-values de cessions et 83 millions d'euros de coûts de réorganisations commerciales ou industrielles ; ces montants concernent l'arrêt de certaines lignes de produits, la fermeture de points de vente jugés insuffisamment rentables et la réorganisation des activités de Glenmorangie ; cette réorganisation comportait notamment le désengagement progressif des activités pour compte de tiers et la cession d'actifs, en particulier le site industriel de Broxburn (Écosse) ainsi que la marque et la distillerie Glen Moray. Le solde des autres produits et charges est constitué d'amortissements accélérés et dépréciations d'immobilisations à hauteur de 57 millions, ainsi que de diverses charges ou provisions non récurrentes s'élevant à 17 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 3 485 millions d'euros, en hausse de 2 % par rapport à 2007.

Le résultat financier de l'exercice s'établit à - 281 millions d'euros ; il était de - 252 millions d'euros pour l'exercice précédent.

Le coût global de la dette financière nette s'élève à 257 millions d'euros en 2008 contre 207 millions d'euros en 2007. Cette progression provient des effets conjugués de la hausse des taux d'intérêt et des marges pratiquées sur les marchés financiers et de la légère progression au cours de l'exercice de la dette financière nette moyenne.

Les autres produits et charges financiers sont de - 24 millions d'euros, à comparer à - 45 millions d'euros en 2007. Le coût financier des opérations de change a un effet négatif de 64 millions d'euros en 2008 ; il était négatif de 97 millions d'euros en 2007. La gestion des investissements, placements et autres instruments financiers a dégagé un résultat positif de 53 millions d'euros, contre 44 millions d'euros l'exercice précédent ; le résultat de 2008 inclut en particulier la quote-part de LVMH dans la plus-value de cession du distributeur français de jeux vidéo Micromania, et diverses dépréciations d'investissements et placements financiers, rendues nécessaires par l'environnement économique de fin d'année. Les autres charges financières sont de 24 millions d'euros contre 21 millions d'euros en 2007.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 28 % contre 27 % en 2007 ; il retrouve ainsi son niveau de 2006. La baisse d'un point en 2007 provenait principalement de l'utilisation ou de l'activation de reports déficitaires et de l'effet de la baisse de certains taux d'impôt européens sur le solde d'impôts différés au bilan.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence en 2008 est restée stable, à 7 millions d'euros.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 292 millions d'euros contre 306 millions d'euros en 2007 ; il s'agit principalement des minoritaires dans Moët Hennessy et DFS.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 2 026 millions d'euros, stable par rapport à l'exercice 2007 ; comme en 2007, il représente 12 % des ventes.

1.2 Vins et Spiritueux

	2008	2007	2006
Ventes (en millions d'euros)	3 126	3 226	2 994
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	57,6	62,2	59,9
Cognac	57,7	60,9	55,3
Autres spiritueux	25,1	28,8	26,6
Vins tranquilles et pétillants	36,9	38,9	34,5
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	31	29	28
États-Unis	24	29	31
Japon	6	8	9
Asie (hors Japon)	19	16	15
Autres marchés	12	10	9
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 060	1 058	962
Marge opérationnelle (en %)	33,9	32,8	32,1
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	158	189	104

Champagne et vins

Dans le contexte difficile de l'année 2008, Moët & Chandon démontre la force de sa marque avec une bonne résistance face à la morosité de ses marchés historiques et des taux de croissance élevés dans les marchés émergents, tout particulièrement en Europe Centrale, en Afrique, au Moyen-Orient et en Chine.

La marque a poursuivi sa stratégie de montée en gamme. Les champagnes rosés, catégorie qui recèle un fort potentiel de croissance, ont été les plus dynamiques. Dans le cadre de sa politique visant à se doter d'une distribution toujours plus qualitative, Moët & Chandon a renforcé sa présence internationale par la mise en place de points de vente de très haut standing à l'exemple du bar Moët de Macao, un espace conçu pour faire vivre aux visiteurs une expérience de marque totale. Autre nouveauté, les « Ateliers Moët » sont des espaces éphémères où les acheteurs peuvent faire personnaliser leurs bouteilles. La marque a renforcé ses liens historiques avec les stars et personnalités qui incarnent l'esprit de célébration et

avec les grandes manifestations du septième art comme le Festival International du Film de Cannes.

Dom Pérignon a poursuivi sa stratégie de création de valeur sur ses marchés traditionnels et a conforté sa croissance en volume sur ses marchés de conquête, le Moyen-Orient, l'Europe centrale et la Chine. La marque a résolument mis en avant son statut de luxe à l'épreuve du temps. Puissamment relayée par des actions et événements spectaculaires comme le lancement du symbolique Dom Pérignon Vintage 2000, cette dimension a été enrichie par des collaborations artistiques de premier plan : le Bol-Sein, créé en édition limitée pour Dom Pérignon Vintage 1995 dans la collection *Cenothèque*, est la réinterprétation par Karl Lagerfeld d'un article de service ayant appartenu à la reine Marie-Antoinette ; le Dom Pérignon Rosé vu par Sylvie Fleury est une édition limitée de 999 coffrets de deux verres signés et numérotés accompagnant un flacon de Dom Pérignon Rosé 1998.

Ruinart réalise en 2008 une nouvelle année record. Cette croissance s'inscrit dans la stratégie de développement en valeur donnant priorité aux qualités premium, Ruinart Blanc de Blancs, Ruinart Rosé et cuvée de prestige Dom Ruinart. Parmi les marchés qui ont joué un rôle clé dans cette progression, la France, son marché historique, se situe au premier plan, suivie par la Russie, l'Allemagne et la Suisse. Ruinart a également réalisé de bonnes performances sur les marchés abordés plus récemment. L'année 2008 a été ponctuée par de beaux événements rappelant l'attachement de la marque à l'art et à la culture, des lancements marquants comme celui d'une luxueuse *Malle Escapade 2008* et en fin d'année, la révélation d'une sculpture du créateur Maarten Baas en hommage à Dom Ruinart, évocation somptueuse et décalée du Siècle des Lumières.

En 2008, Mercier a célébré son 150^e anniversaire par un dîner de prestige donné à l'occasion de la sortie de son Guide des *Lieux de Toujours*. Synonyme de convivialité et d'authenticité, la marque demeure une valeur sûre sur le marché français.

La stratégie mise en œuvre par Veuve Clicquot Ponsardin – expression d'une créativité permanente, mise en valeur de son excellence œnologique – a renforcé la fidélité à la marque et lui a permis de mieux résister que certains de ses concurrents directs au contexte difficile de l'année 2008 au sein des grands marchés du champagne. Dans les pays émergents, les résultats viennent récompenser les efforts d'implantation déployés au cours des années passées : Veuve Clicquot enregistre une belle croissance en Chine, en Amérique latine et dans le Golfe Persique.

Riche en innovation, l'année a notamment été marquée par le succès commercial du *Clicquot Traveller* pour le Brut Carte Jaune et la création du *Globalight*, nouvel objet conçu par le designer Karim Rashid pour Veuve Clicquot Rosé. En réponse à l'intérêt des collectionneurs pour des séries limitées exceptionnelles, la marque s'est associée à Riva pour la création d'objets prestigieux signés *La Grande Dame by Riva*.

Krug a poursuivi en 2008 sa stratégie de valeur et ses investissements ciblés sur ses marchés clés ainsi que sa politique de développement au sein de territoires où elle bénéficie d'un bon potentiel (Hong Kong, Espagne). La marque a consolidé ses positions au sein du segment des champagnes de luxe. Entre autres événements, la création de Krug Clos d'Ambonnay 1995 a marqué l'année : dernier né de la marque, fruit exceptionnel d'une parcelle unique située au cœur du village d'Ambonnay, il exprime avec intensité et élégance la quintessence de ce vignoble et renforce la position de Krug sur le marché des grands vins de collection. Réaffirmant sa philosophie du luxe personnalisé, la marque a proposé aux amateurs pour la fin d'année une caisse de Krug Grande Cuvée gravée à leurs initiales, offre qui a rencontré un vif succès à travers le monde.

Estates & Wines, entité qui regroupe les vins pétillants et tranquilles de Moët Hennessy, a connu une croissance organique soutenue dans toutes les régions du monde à l'exception des États-Unis et du Japon. Les vins pétillants Chandon ont consolidé leur position de leader de la catégorie super premium sur leurs marchés domestiques. Les vins tranquilles ont également progressé, en particulier les marques Cloudy Bay (Nouvelle-Zélande), Newton (Californie) et Terrazas de los Andes (Argentine).

Château d'Yquem a réalisé une nouvelle année record, marquée par la réussite de son dernier millésime, le 2007. Salué par la presse nationale et internationale, le primeur 2007 a conquis les amateurs de très grands vins et a été accueilli avec enthousiasme dans l'ensemble des marchés. Pour la première fois de son histoire, Château d'Yquem a proposé aux amoureux de la marque une série limitée de Nabuchodonosors (grands flacons équivalant à 20 bouteilles) d'un fabuleux millésime, le 2005.

Cognac et spiritueux

Hennessy, leader mondial incontesté du cognac, a poursuivi en 2008 sa croissance et a consolidé sa part de marché.

Pour la première fois dans l'histoire de la marque, la Chine se place en tête de ses marchés. Hennessy y renforce son leadership dans l'univers des spiritueux premium grâce au dynamisme de ses qualités V.S.O.P et X.O. Une nouvelle campagne de publicité sur le thème *Dare to pursue your dream* a été lancée avec un grand succès.

Hennessy réalise de très bonnes performances sur les autres marchés d'Asie. La marque renforce ses positions à Taïwan, marché très concurrentiel, et, grâce à un travail en profondeur initié depuis plusieurs années, elle connaît une expansion remarquable au Vietnam.

Aux États-Unis, son deuxième marché, Hennessy, toujours leader de sa catégorie, a poursuivi sa stratégie de création de valeur en s'appuyant sur la campagne publicitaire *Flaunt Your Taste*. La marque a réaffirmé ses liens historiques avec les communautés afro-américaines et hispaniques. Elle est devenue le partenaire officiel des *Latin Grammy Awards*, confortant son affinité avec le monde

de la musique en cohérence avec sa plateforme de communication internationale *Hennessy Artistry*. Ce programme d'événements déployé dans plus de trente pays marie les genres musicaux les plus variés et les différents modes de consommation des cognacs Hennessy. Il permet à de nouveaux consommateurs de découvrir et apprécier la vitalité de la marque.

La Russie confirme sa position de troisième pilier de la croissance d'Hennessy. Au sein des pays européens, Hennessy maintient son exceptionnelle part de marché en Irlande. La marque se développe rapidement en Europe Centrale et Orientale, de même que dans certains pays d'Afrique et au Moyen-Orient.

Dans le cadre de sa politique d'innovation, Hennessy a bénéficié en 2008 du lancement de *Diptyque*, coffret en édition limitée destinée au « travel retail », et des actions entreprises pour moderniser l'habillage de ses qualités les plus rares, *Richard Hennessy et Paradis*, et mettre en valeur leur caractère exceptionnel.

La vodka **Belvedere**, bien soutenue en communication, a gagné des parts de marché aux États-Unis dans un contexte difficile. Confirmant son fort potentiel de développement, elle a poursuivi une croissance vigoureuse dans les autres pays. Le Canada, le Royaume-Uni, l'Australie, le Mexique et l'Europe Continentale sont ses marchés les plus dynamiques.

Le rhum **10 Cane** a continué son expansion en Amérique bien que son premier débouché, l'État de Floride, ait été particulièrement affecté par la situation économique. 10 Cane a maintenu un taux de croissance élevé dans les autres régions des États-Unis et s'est implanté avec succès au sein d'établissements très réputés en Europe et en Australie.

Glenmorangie a renforcé sa stratégie visant à devenir le leader mondial des whiskies single malt en s'appuyant sur les marques Glenmorangie et Ardbeg. Cette orientation a conduit la société à céder la distillerie Glen Moray ainsi que d'autres actifs non stratégiques. L'année 2008 a été marquée par le grand succès de l'introduction de la nouvelle gamme et de la nouvelle identité visuelle de la marque Glenmorangie. Celle-ci a connu une rapide croissance en Asie, a étendu sa présence en Europe du Nord et en Europe Centrale et a établi les fondations de son développement en Amérique du Nord. Le lancement de *Glenmorangie Signet*, qui se veut l'expression la plus luxueuse de la marque, a été accueilli et commenté avec enthousiasme. Parmi les nombreuses distinctions reçues par Glenmorangie en 2008, le titre d'Innovateur de l'année lui a été décerné par le prestigieux *Whisky Magazine*. **Ardbeg**, célèbre single malt élaboré sur l'île d'Islay, continue de conquérir de nouveaux adeptes à travers le monde. Éditions limitées et produits innovants alliés à une communication publicitaire originale ont contribué à une forte progression de la marque qui a été désignée « World Whisky of the Year 2008 » par la *Bible du Whisky*.

Au cours de sa première année complète d'intégration au sein de LVMH, **Wenjun** a bénéficié d'une refonte de sa stratégie de communication permettant de capitaliser sur les éléments

constitutifs de son identité et de son héritage qui remonte à plus de 2 000 ans, à l'époque de la dynastie des Han en Chine. Le premier produit lancé fin 2007 à Pékin est aujourd'hui largement distribué dans le Sud de la Chine et bénéficie d'un accueil très encourageant. Un nouveau produit ultra premium en phase finale de développement sera lancé en 2009.

Perspectives

La force des marques du groupe Vins et Spiritueux, l'excellence de leurs produits, le puissant réseau de distribution de Moët Hennessy seront des atouts majeurs en 2009 dans un contexte difficile, marqué par l'atonie de la demande et par la volonté des distributeurs d'alléger leurs stocks.

Tout en accentuant les efforts de gestion et en adaptant les stratégies commerciales marché par marché, le groupe Vins et Spiritueux continuera d'investir dans ses meilleurs vecteurs de croissance, de rentabilité et de gains de parts de marché. Grâce à la créativité sans cesse cultivée au sein des marques, l'innovation – lancements de produits, création de packagings à valeur ajoutée, opérations et programmes de communication précisément ciblés – constituera un axe privilégié. Cette dynamique propre à stimuler les ventes à court terme sera un puissant accélérateur du rebond des activités lorsque la conjoncture s'améliorera.

1.3 Mode et Maroquinerie

	2008	2007	2006
Ventes (en millions d'euros)	6 010	5 628	5 222
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	9	9
Europe (hors France)	21	20	19
États-Unis	19	20	21
Japon	20	22	26
Asie (hors Japon)	25	23	20
Autres marchés	7	6	5
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	47	49	50
Ventes de gros	44	38	36
Licences	8	8	7
Autres	1	5	7
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 927	1 829	1 633
Marge opérationnelle (en %)	32,1	32,5	31,3
Nombre de magasins			
Louis Vuitton	425	390	368
Fendi	180	160	135
Autres	485	439	451
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	311	246	319

Louis Vuitton

Dans un contexte économique et monétaire défavorable, Louis Vuitton réalise une belle année, marquée par une forte dynamique sur les marchés asiatiques (Chine, Hong Kong, Macao, Corée...), dans les pays de l'Est européen et au Moyen-Orient. Phénomène traduisant l'engouement suscité par la marque sur les marchés chinois, la Chine est devenue en 2008 la deuxième clientèle de la marque. L'année est également caractérisée par d'excellentes performances en Europe occidentale et une progression soutenue en Amérique du Nord. Louis Vuitton fonde ses avancées à la fois sur la croissance réalisée auprès de ses clientèles locales et sur le développement des nouvelles clientèles touristiques en provenance principalement de Chine, de Russie et du Moyen-Orient.

La marque a activement poursuivi le développement de son réseau de distribution qui totalise 425 magasins au 31 décembre 2008. Les nouveaux magasins ont été ouverts dans l'ensemble des régions du monde, à un rythme spécialement soutenu en Chine et en Corée compte tenu du rapide succès rencontré dans ces pays. Louis Vuitton a inauguré sa présence en Finlande, au Qatar, en

Roumanie et à Bahreïn. Comme chaque année, la marque a aussi procédé à plusieurs rénovations marquantes, en particulier celle de sa Maison de Hong Kong au 5 Canton Road.

L'année 2008 a été riche en créations avec, entre autres, le lancement des lignes de maroquinerie *Mabina* et *Tabitiennne* et la création de *Damier Graphite*, nouvelle couleur emblématique dédiée aux hommes qui a connu un succès immédiat. En outre, plusieurs nouveaux modèles très performants sont venus s'ajouter aux lignes permanentes comme *Galliera*, *Tivoli*, *Palermo*... D'autres initiatives ont souligné les liens entretenus de longue date par Louis Vuitton avec le monde de l'art : la collection de maroquinerie réalisée en collaboration avec Richard Prince, le lancement de *Monogramouflage*, nouvelle création de Takashi Murakami pour la ligne Monogram, l'ouverture d'une boutique au sein du Brooklyn Museum, l'œuvre vidéo réalisée par l'italien Fabrizio Plessi pour la Maison de Hong Kong.

Louis Vuitton a renforcé sa communication et sa présence dans les médias avec nombre d'actions marquantes : le lancement d'un film emblématique sur le thème du voyage ; la contribution de nouvelles personnalités iconiques à sa campagne institutionnelle (Keith Richards, Sofia et Francis Ford Coppola, Sean Connery) ; les expositions organisées au sein de l'Espace culturel de la Maison des Champs-Élysées ; la poursuite de programmes architecturaux majeurs pour ses magasins et leurs façades qui donnent une extraordinaire visibilité à Louis Vuitton tout en valorisant les villes et les artères qui les accueillent.

Fendi

En 2008, Fendi continue d'enregistrer une croissance organique élevée et profitable de ses ventes. Les retombées du mémorable défilé d'octobre 2007 sur la Grande Muraille de Chine se sont prolongées en 2008, contribuant à renforcer l'image de la marque italienne. Des événements ciblés, comme la première participation d'une maison de mode au salon Design de Miami, se sont également déroulés tout au long de l'année.

La marque a mis l'accent sur ses lignes historiques de maroquinerie en célébrant le 10^e anniversaire du mythique modèle *Baguette* et en braquant les projecteurs sur sa ligne *Selleria*. Le lancement de la ligne *Doctor B* a constitué un autre temps fort de l'année. La fourrure a connu une année record tandis que le prêt-à-porter et les souliers enregistraient un succès croissant.

Fendi a poursuivi l'extension de son réseau de distribution. L'ouverture d'un magasin phare avenue Montaigne à Paris et l'implantation au sein de deux nouveaux pays, le Qatar et le Mexique, sont les principaux faits marquants de ce développement. Au 31 décembre 2008, le réseau de Fendi totalise 180 magasins dans le monde. La croissance de l'activité est particulièrement forte en Europe, en Chine et au Moyen-Orient. Un développement soutenu est également engagé dans les pays de l'Est européen via un réseau de clients indépendants.

Autres marques

Démontrant l'efficacité du modèle de développement défini par son nouveau management, **Donna Karan** réalise une année record malgré une fin d'année assombrie par la conjoncture aux États-Unis. La marque bénéficie clairement du travail de fond accompli pour concentrer sa stratégie et ses forces créatives sur les valeurs historiques qui ont fait d'elle une marque culte et améliorer la cohérence de ses différentes collections. La ligne de luxe *Donna Karan Collection* a ainsi significativement accru ses ventes et sa rentabilité entre 2006 et 2008. La ligne *DKNY* a également poursuivi sa progression régulière en termes de ventes et de rentabilité sur tous les segments où elle est déployée, prêt-à-porter, souliers et accessoires. En août 2008, une nouvelle ligne *DKNYC* a été lancée et a bénéficié d'un bon accueil de la part des revendeurs. Tous ces éléments concourent à accroître la solidité de la marque face à un environnement très incertain en 2009 et lui ouvrent de bonnes perspectives de développement à moyen terme.

Suivant son plan stratégique, **Loewe** a consacré l'année 2008 à établir des bases solides pour les années à venir en menant un important travail sur son identité de marque, le renouvellement de ses produits et la rénovation de son concept de boutique, ce dernier projet étant confié à l'architecte Peter Marino. Le nouveau Directeur Artistique Stuart Vevers a lancé sa première collection. Tandis que les lignes emblématiques de maroquinerie, *Amazona* et *Nappa Aire*, prolongent leur succès, les créations de Stuart Vevers se révèlent très prometteuses. La nouvelle communication de Loewe met en avant la modernité et la désirabilité de la marque tout en renforçant la référence à ses racines espagnoles et à son savoir-faire unique dans le travail du cuir. Le réseau de distribution de Loewe totalise 133 magasins au 31 décembre 2008. Le premier magasin aménagé au nouveau concept ouvrira à Valence en Espagne en mars 2009.

Marc Jacobs continue d'enregistrer une forte croissance de ses ventes. La progression de sa rentabilité confirme la remarquable dynamique de la marque. Le succès de la ligne *Marc by Marc Jacobs* déclinée en prêt-à-porter et maroquinerie est l'un des principaux facteurs de cette croissance. L'année 2008 a vu le lancement d'une ligne de joaillerie fantaisie *Marc by Marc Jacobs*. Sur ce segment en fort développement, la marque prend déjà d'excellentes positions concurrentielles. Les nouveaux produits de maroquinerie de la ligne *Collection* ont été bien accueillis par les clients et par la presse. Montres et lunettes sont aussi en forte progression tandis que la ligne pour enfant *Little Marc* s'installe sur le marché. Le parfum *Daisy* lancé en 2007 a confirmé son succès mondial. Marc Jacobs a poursuivi son expansion territoriale, portant son réseau à 187 magasins dans le monde, y compris les franchises.

Pour **Celine**, 2008 est une année de transition, marquée par l'arrivée en fin d'année d'un nouveau management et la nomination de Phoebe Philo, l'une des stylistes les plus talentueuses au sein de l'univers de la mode, en qualité de Directrice artistique.

Kenzo a confirmé l'amélioration de sa rentabilité. La marque a poursuivi à un rythme soutenu le déploiement mondial de son nouveau concept de magasin. L'ouverture d'un « navire amiral » avenue George V à Paris, tout près des Champs-Élysées, est l'un des temps forts de l'année tout comme l'extension des responsabilités d'Antonio Marras, désormais Directeur Artistique pour toutes les lignes Kenzo. Antonio Marras présentera sa première collection de prêt-à-porter masculin en janvier 2009. Kenzo a par ailleurs développé des partenariats afin d'étendre son univers, en particulier dans le domaine du mobilier.

Givenchy confirme la pertinence de son repositionnement et son succès commercial. Le prêt-à-porter féminin connaît une forte croissance en Europe et aux États-Unis. Le succès de la ligne *Nightingale* lancée en 2006 continue de porter la progression des accessoires. S'étant vu confier la direction artistique du prêt-à-porter masculin, Riccardo Tisci supervise désormais toutes les activités créatives de Givenchy. Sa première collection Homme a remporté un grand succès dans la presse et au plan commercial. Givenchy a ouvert en février un magasin phare rue du Faubourg Saint-Honoré à Paris dont le nouveau concept est décliné progressivement en France et à l'international. La marque a notamment renforcé sa présence sur le marché chinois.

Thomas Pink a poursuivi le développement de son réseau de distribution dans l'ensemble des régions où la marque est implantée et a inauguré sa présence au Mexique. Dans le même temps, les ventes de sa boutique en ligne ont connu une forte croissance. La marque a bénéficié d'une excellente progression de sa gamme de chemises de référence *Informal* et du succès du *White Shirt Bar* lancé au sein de ses magasins de Jermyn Street à Londres et de Madison Avenue à New York.

Pucci a continué de réaliser de bonnes performances grâce aux ventes de prêt-à-porter, au développement de ses accessoires et au grand succès du lancement d'une ligne de lunettes réalisée en partenariat. L'année 2008 est essentiellement marquée par la nomination de Peter Dundas, l'un des créateurs les plus prometteurs de sa génération, en qualité de Directeur Artistique. La marque a poursuivi sélectivement l'extension de son réseau de distribution et a lancé une boutique de ventes en ligne.

Berluti a poursuivi son développement en ouvrant cinq magasins, en propre et franchise, ce qui porte à 34 le nombre de ses points

de vente dans le monde à fin 2008. L'année 2008 a vu la création par Olga Berluti d'une nouvelle collection de souliers, *L'empreinte du Loup*, et d'une ligne de maroquinerie baptisée *Cervo*.

Perspectives

Louis Vuitton mettra en œuvre en 2009 un programme dynamique de développement et lancement de nouveaux produits. Dès le mois de janvier, une collection en hommage à Stephen Sprouse qui fut le premier artiste à collaborer avec Marc Jacobs a fait son apparition en magasins. Cette collection qui devrait faire date est déclinée en maroquinerie avec les lignes *Monogram Graffiti* et *Monogram Roses* pour plusieurs des modèles icônes de la marque. Transversale, elle investit aussi souliers, prêt-à-porter et divers accessoires.

Les nombreux développements créatifs seront soutenus par une politique de communication ambitieuse : Madonna sera l'égérie de la campagne mode du début d'année ; la campagne institutionnelle faisant appel à des personnalités emblématiques sera poursuivie ; de nombreux événements mettant en lumière les liens de Louis Vuitton avec l'art seront organisés. La marque continuera d'étendre son réseau de distribution afin de renforcer sa présence sur les marchés les plus porteurs. De nombreuses ouvertures sont prévues dans l'ensemble des régions avec un accent particulier sur la Chine et la Corée. Un magasin à fort potentiel sera inauguré à Dubaï.

Fendi continuera de capitaliser sur son héritage en maroquinerie tout en lançant une nouvelle ligne qui devrait connaître un vif succès. La marque enrichira son offre sur le segment des accessoires et poursuivra le développement de son réseau de magasins de façon sélective afin de remplir ses objectifs de rentabilité.

Capitalisant sur l'authentique talent de **Donna Karan** de comprendre et traduire dans la mode qu'elle crée les aspirations et le mode de vie des femmes d'aujourd'hui, la marque mettra fortement l'accent dans ses collections sur ses modèles icônes et ses best-sellers.

L'ensemble des marques de mode, chacune en fonction des objectifs et différentes étapes de son plan stratégique, continueront plus que jamais à se concentrer sur le renforcement de leurs fondamentaux. **Pucci** et **Celine** présenteront les premières collections de leurs nouveaux créateurs.

1.4 Parfums et Cosmétiques

	2008	2007	2006
Ventes (en millions d'euros)	2 868	2 731	2 519
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	54	55	52
Maquillage	28	26	28
Produits de soins	18	19	20
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	16	16	17
Europe (hors France)	42	43	41
États-Unis	8	8	9
Japon	6	6	7
Asie (hors Japon)	14	13	13
Autres marchés	14	14	13
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	290	256	222
Marge opérationnelle (en %)	10,1	9,4	8,8
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	144	115	98
Nombre de magasins	62	55	48

Parfums Christian Dior

Avec en 2008, pour la cinquième année consécutive, une croissance significative de ses ventes et une nouvelle amélioration de sa rentabilité, Parfums Christian Dior illustre son rayonnement exceptionnel, la solidité de sa stratégie et la qualité de la progression qui en résulte. La croissance de la marque, à nouveau supérieure à la moyenne du marché, est en effet bien répartie au sein des différentes zones géographiques. Leader en Europe, son premier marché, Parfums Christian Dior y voit sa position renforcée par ses avancées en Russie. La marque réalise aussi de belles progressions en Asie et enregistre aux États-Unis la meilleure croissance de son univers concurrentiel. La Chine et le Moyen-Orient confirment leur potentiel.

Autre facteur d'équilibre, la croissance de Dior est portée par toutes les catégories de produits et, au sein de chacune d'entre elles, par les piliers de la marque, lignes stratégiques travaillées dans la durée et soutenues par de nombreuses initiatives. La dynamique de l'axe parfum est alimentée par la vitalité exceptionnelle du grand classique *J'adore*, par les nouvelles déclinaisons de *Miss Dior* et par le succès des deux lancements de l'année, *Dior Homme Sport* et *Escale à Portofino* dont la création inaugure une nouvelle collection de fragrances. Le maquillage, en forte progression, est porté principalement par les lignes *Dior Addict*, *Rouge Dior*, et *Diorshow*. Cette gamme de mascara

s'inspirant des techniques utilisées lors des défilés de haute couture a bénéficié en 2008 du grand succès du lancement de *Diorshow Iconic*, sixième mascara de la gamme. La gamme *Capture* et les soins premium *L'Or de Vie* de création plus récente réalisent d'excellentes performances.

À travers toutes ses créations et avec le concours des égéries prestigieuses qui les incarnent, Dior continue d'affirmer son aura de marque star ancrée dans l'univers de la couture ainsi que son savoir-faire de parfumeur créateur. L'ouverture, au sein du prestigieux Hôtel Plaza Athénée à Paris, d'un Institut dont l'univers raffiné à l'extrême est conçu comme le prolongement naturel de la Maison de couture, s'inscrit dans la même philosophie. Dior Institut est aussi, grâce aux soins esthétiques qui y sont dispensés, une vitrine privilégiée du haut niveau d'expertise de la marque dans le domaine du soin.

Guerlain

180 ans de créations dédiées à la beauté : c'est sur ce thème que Guerlain a célébré son anniversaire en 2008. Illustrant de nouveau sa vitalité, la Maison née en 1828 enregistre une croissance organique à deux chiffres de ses ventes pour la troisième année consécutive, accompagnée d'une nouvelle et forte amélioration de sa rentabilité.

La marque confirme sa dynamique dans l'ensemble des zones géographiques et en particulier sur ses marchés prioritaires, la France, la Russie, le Japon et la Chine. Grâce à une stratégie menée depuis plusieurs années et fondée sur une innovation haut de gamme, elle voit ses ventes progresser dans l'ensemble de ses catégories de produits. Le nouveau parfum masculin *Guerlain Homme* a reçu un accueil très favorable tandis que *Shalimar*, le grand parfum classique de la Maison, soutenu par une nouvelle campagne de communication avec Natalia Vodianova, a réalisé une excellente performance. L'axe maquillage, porté par ses lignes phares *Terracotta* et *Parure* et par le succès du nouveau mascara *Le 2*, a confirmé sa dynamique. *Orchidée Impériale*, la ligne de soin premium, a continué sa forte percée.

Poursuivant la tradition d'un parfumeur maison, la Maison a engagé aux côtés de Jean-Paul Guerlain un créateur de grand talent, Thierry Wasser. Guerlain a également continué d'illustrer son engagement dans la haute parfumerie : rééditions de fragrances mythiques et créations exclusives ont ponctué l'année de son 180^e anniversaire, témoignant d'un savoir-faire unique.

Après la rénovation très remarquée du 68 Champs-Élysées et l'ouverture d'une boutique dans le prestigieux magasin du Tsum à Moscou, Guerlain a continué de renforcer sa distribution sélective de très haut luxe par le remodelage de sa boutique parisienne de la rue Tronchet et par l'ouverture d'une boutique à Las Vegas.

Autres marques

Parfums Givenchy enregistre une hausse significative de ses ventes et une forte progression de son résultat opérationnel courant. Ces résultats très positifs ont été obtenus grâce à une progression

de la marque dans pratiquement toutes les régions du monde, avec des performances particulièrement satisfaisantes en France, au Moyen-Orient et en Chine.

Tous les axes produits ont connu une forte croissance. Au sein des parfums féminins, les lignes les plus contributrices sont *Very Irresistible Givenchy*, grâce au lancement réussi de la variante *Absolutely Irresistible*, et *Ange ou Démon*. Le portefeuille masculin a enregistré une croissance exceptionnelle au second semestre grâce au très bon démarrage de la nouvelle ligne *Play*, dont l'ambassadeur est Justin Timberlake, qui a été lancée dans une dizaine de pays seulement et de la variante *II Neo* lancée dans le reste du monde. En ce qui concerne l'axe cosmétique, Parfums Givenchy a bénéficié du très grand succès du nouveau mascara *Phenomen'Eye* et du lancement de l'étonnant *Soin Noir*.

En 2008, **Parfums Kenzo** a célébré ses 20 ans, anniversaire marqué par la création d'éditions limitées dans ses lignes emblématiques. La marque a continué de mettre en avant dans sa communication l'approche poétique et émotionnelle qui la distingue dans l'univers du parfum. Son parfum icône, *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000, maintient de belles performances et s'affirme désormais comme un grand classique de la parfumerie. Le lancement de *KenzoPower*, un nouveau masculin prometteur, a permis à la marque de se déployer à nouveau sur le segment des parfums pour homme. La gamme de soins *KenzoKi* a poursuivi sa croissance grâce au lancement de *Belle de Jour*, produit de soin global pour le visage lancé avec succès en France et en Russie.

Benefit poursuit son développement rapide sur l'ensemble de ses marchés et maintient un taux de rentabilité élevé. Son positionnement original qui met en avant un style ludique confère à la marque une personnalité forte et une grande attractivité. Elle figure parmi les leaders du maquillage aux États-Unis et au Royaume-Uni, confirme sa réussite dans les pays où elle s'est implantée plus récemment et connaît un succès considérable en Chine pour sa première année complète de présence sur le marché. *Erase Paste*, embellisseur de teint apprécié pour ses nuances innovantes, et *Posie Tint*, produit pour les joues et les lèvres qui s'installe aux côtés du best-seller *Rosie Tint*, sont deux des lancements les plus prometteurs de l'année. La déclinaison à l'international de ses « Brow Bars » (Bars à sourcils) dont le concept est né aux États-Unis constitue un autre atout majeur pour Benefit.

Make Up For Ever capitalise sur son identité de marque spécialisée à l'origine dans le maquillage professionnel et qui, en s'ouvrant au public, met à son service une expertise unique. La marque réalise de nouveau en 2008 une performance exceptionnelle, avec une croissance organique très forte de ses ventes sur l'ensemble de ses territoires, particulièrement en France et aux États-Unis, deux marchés développés en partenariat avec Sephora. La hausse des ventes s'accompagne d'une nouvelle progression du résultat opérationnel courant.

Lancée sur le marché russe mi-2008, **Make Up For Ever** connaît des premiers résultats encourageants. La gamme de teint *HD Complexion* (haute définition), spécialement conçue pour répondre aux exigences de perfection de l'image numérique du cinéma et de la télévision, a été lancée en 2008 avec vif succès auprès du monde professionnel mais aussi du public. Le fond de teint et la poudre *HD* ont reçu deux « Allure Beauty Awards », récompenses prestigieuses aux États-Unis.

Acqua di Parma réalise une bonne année, marquée par le succès de ses dernières créations, *Colonia Intensa* et *Mirto di Panarea* dans la collection *Blu Mediterraneo*. L'ouverture d'un spa très haut de gamme à Porto Cervo en Sardaigne a contribué à accroître le rayonnement de la marque symbole de l'élégance italienne. Dans un contexte de marché difficile en Espagne, son territoire d'origine, **Parfums Loewe** a bénéficié du succès à l'international de ses fragrances *Solo* et *Quizas Quizas Quizas*.

Après le lancement fin 2007 du parfum *Palazzo* de **Fendi**, la ligne a été complétée au second semestre 2008 avec le lancement d'une eau de toilette, initiative qui s'est accompagnée d'une nouvelle communication. *Vivara*, qui signa en 2007 le retour remarqué de **Pucci** dans l'univers du parfum, a étendu sa présence internationale en 2008. L'année 2009 verra la poursuite de ce développement.

Perspectives

Au cours de l'année 2009, les marques du groupe Parfums et Cosmétiques se concentreront en priorité sur le développement des lignes phares qui apportent une contribution majeure à leurs résultats et feront porter leurs efforts sur leurs marchés les plus rentables. Afin de préparer les succès de demain, des lancements à fort potentiel, des initiatives marquantes continueront à ponctuer les mois qui viennent.

Parfums Christian Dior renforcera ses piliers de l'axe parfum, *J'adore*, *Poison*, *Miss Dior*, *Eau Sauvage*, déploiera une grande créativité dans le domaine du maquillage, avec en particulier le lancement d'un nouveau fond de teint *Diorskin Nude*, et continuera de développer sa gamme de soins *Capture*.

Guerlain renforcera ses lignes stratégiques *Shalimar*, *Guerlain Homme*, *Terracotta* et *Orchidée Impériale*. À ces initiatives s'ajouteront deux lancements majeurs en maquillage et en parfum.

Parfums Givenchy bénéficiera du lancement de *Play* dans la totalité de son réseau de distribution international et d'une nouvelle initiative majeure sur le segment du parfum féminin qui sera supportée en communication par une star de renommée mondiale.

Les lancements de **Parfums Kenzo** viendront enrichir ses lignes majeures *FlowerbyKenzo*, *KenzoAmour* et *Les Eaux par Kenzo*.

Make Up For Ever s'appuiera particulièrement sur ses deux gammes stars, *HD Complexion* et *Aqua Eyes*. Benefit fera son entrée en Russie.

1.5 Montres et Joaillerie

	2008	2007	2006
Ventes (en millions d'euros)	879	833	737
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	7	7
Europe (hors France)	28	24	25
États-Unis	19	25	25
Japon	12	13	14
Asie (hors Japon)	16	15	14
Autres marchés	17	16	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	118	141	80
Marge opérationnelle (en %)	13,4	16,9	10,9
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	39	28	25
Nombre de magasins	104	90	82

En 2008, après quatre années de forte croissance et un redressement remarquable de sa rentabilité, le groupe d'activités Montres et Joaillerie a consolidé les positions acquises. L'année a été marquée par la morosité du marché américain et par une baisse de la demande au Japon. Toutes les marques ont accru leurs ventes en Europe et en Asie. Elles ont enregistré des croissances significatives au Moyen-Orient et en Russie malgré un net ralentissement au dernier trimestre. Le groupe d'activités a maintenu globalement sa part de marché. En prenant des mesures appropriées dès le second semestre, il s'est préparé efficacement à une année 2009 qui sera marquée par une conjoncture difficile et un sur stockage de la distribution par de nombreuses marques concurrentes.

TAG Heuer

Après le lancement très ciblé effectué en 2007, l'année 2008 a été marquée pour TAG Heuer par le déploiement mondial des collections *Grand Carrera*. Affectée par la conjoncture aux États-Unis, la marque a continué de croître dans de nombreux marchés. En renforçant son offre en montres et chronographes automatiques et en maintenant une offre d'accès extrêmement qualitative, représentée notamment par la ligne *F1*, TAG Heuer a encore accru sa part de marché mondiale sur le segment des prix détail de 400 à 4 000 euros.

L'année 2008 a également vu le lancement très remarqué de *Meridiist*, première ligne de téléphones mobiles directement inspirée des matériaux et technologies d'avant-garde maîtrisés par TAG Heuer et conçue en collaboration avec la société Modelabs. Cette diversification, positionnée dans le haut de gamme d'un marché à forte croissance, a fait l'objet d'une diffusion très sélective dans le réseau de boutiques TAG Heuer ainsi que dans quelques points de ventes horlogers et grands magasins.

TAG Heuer remporte en 2008 son cinquième Grand Prix d'Horlogerie de Genève. Cette haute distinction est attribuée au chronographe *Grand Carrera Calibre 36 RS Caliper*, modèle phare de la ligne *Grand Carrera*, dont elle couronne le design et la conception. Ce modèle, dont le boîtier d'un diamètre de 43 mm est revêtu de carbure de titane noir, donne une lecture directe inédite du dixième de seconde. Il est équipé d'un mouvement El Primero conçu par la Manufacture Zenith.

TAG Heuer a également reçu le Silmo d'Or à Paris pour sa collection de lunettes C-Flex développée en partenariat avec la société Logo. Cette diversification dans les lunettes de vue et de soleil connaît un fort développement depuis trois ans.

En octobre 2008, TAG Heuer a rejoint le cercle très sélectif de la Fondation de la Haute Horlogerie, association qui s'attache à promouvoir la culture et le savoir-faire horloger, à transmettre ses valeurs d'authenticité et à en véhiculer l'éthique.

Hublot

Annoncée en avril 2008, l'acquisition de l'horloger Hublot dote LVMH d'une nouvelle marque haut de gamme à fort potentiel de développement. Fondée en 1980, Hublot a innové dès l'origine en créant la première montre de l'histoire horlogère pourvue d'un bracelet en caoutchouc naturel. Hublot Genève est dotée d'un management à l'expertise reconnue et d'un savoir-faire horloger de tout premier plan. La marque est reconnue pour son concept fort de fusion de matériaux nobles et technologiques et pour son modèle icône *Big Bang*. Elle connaît une croissance soutenue et bénéficie d'une distribution très sélective.

Depuis son acquisition par LVMH, Hublot a maintenu une forte dynamique et a poursuivi son projet d'intégration industrielle via la construction de sa manufacture à Nyon. La marque a ouvert ses premières boutiques dans une optique très sélective à Genève, à Shanghai et Kuala Lumpur et vient de relancer avec succès sa gamme classique aux côtés de plusieurs séries limitées de chronographes *Big Bang* rapidement épuisés et d'une collection *Baby Bang* de montres féminines. Ses ventes et sa rentabilité ont progressé conformément aux prévisions malgré la dégradation de la conjoncture économique.

L'activité d'Hublot est consolidée dans les résultats de LVMH à partir du 1^{er} mai 2008.

Zenith

Assise sur les modèles classiques des collections *Chronomaster* et *Class*, la croissance des ventes de Zenith en 2008 a également été alimentée par des complications horlogères remarquables telles que la Répétition Minute et le Tourbillon Zéro G illustrant le savoir-faire horloger de tout premier plan de la Manufacture. Celle-ci travaille également sur des développements répondant aux besoins spécifiques d'autres marques du Groupe.

Son mouvement El Primero demeure une icône de l'horlogerie suisse et permet à Zenith de présenter régulièrement à la distribution des valeurs sûres et des innovations fiables auxquelles aspirent les amateurs de haute horlogerie.

Chaumet

En 2008, Chaumet a renforcé sa présence dans plusieurs de ses marchés clés, Hong Kong, la Chine, le Moyen-Orient, et a rationalisé son implantation en Corée. La marque a connu une croissance soutenue en France et a augmenté sa part de marché au Japon.

Sa collection joaillière *Attrape-Moi si tu m'aimes*, qui a été dotée de nouvelles créations, a permis de développer les ventes de haute joaillerie. La ligne icône de bijoux *Liens* de Chaumet a été renforcée avec l'adjonction d'une bague *Premiers Liens* et a connu une croissance significative. Une nouvelle collection joaillière, *Le Grand Frisson*, a vu le jour en 2008.

Sophie Marceau, star internationale, est devenu l'égérie de la marque qu'elle incarne dans une nouvelle campagne de publicité en six visuels intitulée « L'Empire des Sentiments ».

Autres marques

Poursuivant le développement de sa présence internationale **De Beers** a poursuivi l'extension de sa présence internationale aux États-Unis, en Asie et au Moyen-Orient. La marque a notamment ouvert un magasin phare à Tokyo dans le quartier de Ginza et une boutique au sein des Galeries Lafayette à Paris.

Tout au long de l'année, De Beers s'est résolument appuyé sur son positionnement : les collections diamantaires classiques et les bagues de fiançailles ont fait l'objet d'un développement soutenu dans un environnement concurrentiel très compétitif, les clients recherchant des valeurs sûres et des diamants de grande qualité.

Les **Montres Dior** poursuivent leur montée en gamme et la rationalisation de leur distribution mondiale. La collection Dior *Chrystal*, icône de la marque, a bénéficié en 2008 des lancements de ses premiers modèles automatiques et d'un Tourbillon.

Afin de favoriser les synergies avec Dior Couture et Joaillerie, l'activité des Montres Dior est désormais gérée sous forme d'une joint-venture entre le groupe d'activités Montres et Joaillerie et la société Dior Couture.

Fred a connu une croissance soutenue en France avec sa collection de bijoux *Force 10*, relancée avec succès fin 2007. Cette gamme légendaire inspirée du monde de la voile, allie câble d'acier et métaux précieux. D'une grande modernité joaillière, elle séduit autant les hommes que les femmes. Fred a également renouvelé son offre horlogère et proposé des parures de haute joaillerie dessinées à la demande pour une clientèle très exclusive.

Le magasin phare de la place Vendôme a été rénové et enregistre une progression soutenue. Une nouvelle campagne publicitaire incarnée par Kate Moss a été lancée en décembre.

Perspectives

Au sein d'un marché horloger et joaillier qui sera difficile en 2009 du fait de l'environnement économique, le groupe d'activités Montres et Joaillerie a pour objectif de continuer à gagner des parts de marché tout en consolidant la rentabilité fortement améliorée depuis cinq ans.

Toutes les Maisons et les filiales commerciales ont engagé dès la fin 2008 des plans de réduction des coûts en vue d'améliorer la productivité de l'ensemble du groupe d'activités.

Les investissements seront très ciblés sur les développements stratégiques, tout particulièrement la poursuite de l'intégration industrielle des marques TAG Heuer et Hublot. Les investissements marketing seront maintenus pour soutenir le gain de part de marché dans les pays stratégiques.

Le développement des réseaux de boutiques s'opèrera encore plus sélectivement au profit des marques et des marchés les plus porteurs, la priorité étant clairement de poursuivre l'amélioration de la productivité des magasins existants.

1.6 Distribution sélective

	2008	2007 ⁽¹⁾	2006 ⁽¹⁾
Ventes (en millions d'euros)	4 376	4 164	3 877
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	24	24	24
Europe (hors France)	11	10	9
États-Unis	38	39	40
Japon	3	3	3
Asie (hors Japon)	19	20	20
Autres marchés	5	4	4
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	388	426	387
Marge opérationnelle (en %)	8,9	10,3	10,0
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	228	236	175
Nombre de magasins			
Sephora	898	756	621
Autres	155	153	149

(1) Après retraitement lié au reclassement des activités de La Samaritaine de Distribution sélective à Autres activités.

DFS

Malgré l'impact des difficultés économiques du second semestre 2008, DFS réalise une performance solide en termes de ventes. Le ralentissement des marchés liés au tourisme japonais est compensé par le dynamisme des destinations fréquentées par les autres clientèles asiatiques, particulièrement en provenance de Chine. Ayant anticipé de longue date la rapide montée en puissance de ces nouvelles clientèles et conçu une offre très attractive, DFS est en forte position pour bénéficier de leur développement, même si les investissements pèsent sur la rentabilité.

L'année 2008 a été marquée par l'ouverture de la *Galleria* de Macao. Au sein de cette destination d'affaires et de villégiature à fort potentiel, cette *Galleria* jouit d'un emplacement exceptionnel sur le site du Four Seasons Shopping Mall. Elle fait aujourd'hui figure de magasin phare de DFS, fort d'une palette unique de marques de luxe et d'une attention aiguë portée à l'excellence du service rendu à une clientèle exigeante. En cours d'année, DFS a également débuté ses opérations au Moyen-Orient au sein de l'aéroport international d'Abu Dhabi. Cette implantation constitue la première étape de l'expansion que projette DFS dans cette région du monde. L'ouverture d'une nouvelle concession au Terminal 3 de l'aéroport de Singapour, ainsi que le début des opérations au sein de l'aéroport de Mumbai (Bombay) en Inde sont les autres temps forts de l'année.

Miami Cruiseline

L'activité de Miami Cruiseline, dont la clientèle est majoritairement américaine, a été affectée par le ralentissement du marché des croisières et la moindre propension des voyageurs à dépenser. Face à cette situation, la société a pris un certain nombre de mesures de réduction des coûts. Afin de stimuler les ventes en 2009, fidèle en cela à la stratégie menée depuis plusieurs années, Miami Cruiseline a continué de différencier son offre produits en fonction des différents navires et du profil de leurs passagers avec un effort particulier pour proposer des exclusivités offrant un excellent rapport qualité-prix.

Sephora

Prolongeant les fortes performances réalisées depuis quatre ans, Sephora a poursuivi sa croissance à un rythme soutenu en 2008 : augmentation des ventes, gains de parts de marché dans toutes les régions et maintien de son bon niveau de rentabilité. La hausse des ventes est alimentée par la croissance à magasins comparables et par de nombreuses ouvertures. Dans ce contexte d'investissements soutenus pour l'expansion de son réseau, le résultat opérationnel courant de Sephora marque une progression en ligne avec celle des ventes.

Plus de 140 nouveaux magasins ont été ouverts en 2008 dans toutes les régions où Sephora est présente (Europe, Amérique du Nord, Asie et Moyen-Orient). Ce chiffre reflète le succès mondial de son concept ainsi que sa capacité à autofinancer son développement. Sephora s'est renforcée au sein de ses marchés clés et a abordé quatre nouveaux pays : les Pays-Bas, le Koweït, Hong Kong et Singapour. À côté de ces ouvertures, la politique de rénovation du réseau a été activement poursuivie, en France tout particulièrement.

Au 31 décembre 2008, le réseau mondial de Sephora représente 898 magasins répartis dans 23 pays : l'Europe compte 603 magasins, l'Amérique du Nord 227 (dont 215 aux États-Unis et 12 au Canada), l'Asie 52 magasins et le Moyen-Orient, abordé en 2007, 16 magasins. En octobre 2008, afin de renforcer sa présence en Russie, marché à fort potentiel, Sephora a pris une participation dans le deuxième opérateur local du secteur de la distribution des parfums et cosmétiques qui détient près de 100 magasins à l'enseigne Ile de Beauté. Cette participation est consolidée par mise en équivalence.

Les ventes des sites marchands sephora.com (États-Unis et Canada), sephora.fr (France) et sephora.cn (Chine) ont poursuivi leur forte croissance. Ces sites se positionnent parmi les leaders dans leur marché de référence.

En accentuant sa politique de différenciation, Sephora s'affirme toujours davantage comme l'enseigne la plus dynamique de la beauté. L'innovation permanente de son offre et de son merchandising, la qualité des animations organisées au sein de ses magasins, les services proposés à la clientèle sont les axes clés de cette politique.

Sephora a poursuivi résolument en 2008 le référencement de marques de soin et de maquillage innovantes proposées à sa clientèle en exclusivité, telles que *Tri-Aktiline*, *Rexaline*, *OPI for Sephora*, *L'Herboriste*... Après avoir déniché aux États-Unis nombre de ces marques dont elle a favorisé le développement, Sephora se tourne aussi vers d'autres contrées du monde et propose désormais des exclusivités venant d'Inde et de Corée par exemple.

Les produits de marque *Sephora* ont enregistré une croissance très soutenue sur tous les continents. Les ventes de ces produits, qui offrent une excellente qualité pour un prix attractif, sont portées par le renouvellement permanent des gammes et la conquête de nouveaux segments de marché comme le bio (*Sephora Green Connection*).

La palette de services et de soins innovants proposés en magasin (maquillage express, soins flash, leçons de maquillage, Beauty Bars...) a été enrichie avec des services de coiffure liés au lancement de nouvelles marques capillaires « tendance ».

Autres vecteurs privilégiés de performance, les programmes de fidélité de plus en plus sophistiqués mis en œuvre par Sephora en Europe et aux États-Unis afin de favoriser une relation directe avec sa clientèle ont continué de progresser.

Le Bon Marché

2008 représente pour Le Bon Marché une année de transition, caractérisée par le déroulement des travaux de rénovation qui préparent les mouvements futurs et ouvriront de nouvelles perspectives de croissance. Ces travaux visent à sublimer l'architecture du magasin et son aménagement intérieur. Ils contribuent à renforcer année après année l'atmosphère unique du Bon Marché et sa spécificité au sein des grands magasins parisiens. Ils ont particulièrement concerné en 2008 le secteur de la maison et de l'art de vivre.

Dans un contexte commercial difficile en fin d'année, le grand magasin enregistre un léger ralentissement de son activité et maintient son bon niveau de rentabilité. Le lancement au second semestre du nouveau site Internet treeslbm.com a été bien accueilli. L'intérêt du public pour le site est confirmé par le nombre de visiteurs et de pages consultées et, depuis décembre 2008, par les ventes générées via ce nouveau canal.

La Grande Épicerie de Paris a développé son activité « traiteur » et a obtenu une nouvelle concession sur site pour la restauration.

Perspectives

Au cours de l'année 2009, dans un environnement très incertain, l'activité d'Abu Dhabi en année pleine et l'ouverture d'un nouveau site à Macao seront des éléments positifs pour l'activité de DFS. À court terme, le leader mondial du « travel retail » devrait par ailleurs bénéficier d'une série d'aménagements apportés au cours du quatrième trimestre 2008 à son organisation afin de la simplifier,

d'en accroître l'efficacité et d'améliorer la productivité de ses magasins. À moyen et long terme, DFS reste concentré sur les opportunités de développement liées aux clientèles asiatiques à fort potentiel et à l'extension de sa présence au Moyen-Orient.

Sephora continuera à gagner des parts de marché en maintenant les grands axes de sa stratégie. L'enseigne s'appuiera en particulier sur l'introduction d'une nouvelle vague de produits exclusifs, sur les innovations dont bénéficiera sa marque propre et sur le développement de ses programmes de fidélité. Une attention particulière sera portée à l'efficacité de son organisation afin de poursuivre sa dynamique de croissance profitable. Les ouvertures de magasins seront concentrées sur les marchés offrant la rentabilité la plus élevée afin d'assurer un retour sur investissement rapide et dans les nouveaux territoires à fort potentiel comme la Chine.

Le Bon Marché a engagé des mesures de gestion très rigoureuses tout en préservant ses investissements de productivité commerciale. La valorisation architecturale du magasin permettra de renforcer son identité et son positionnement unique afin de profiter pleinement du retour à une meilleure tendance de la consommation le moment venu.

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

2.1 Facteurs de risques généraux

Contrefaçon et réseaux de distribution parallèles

Les marques, savoir-faire et méthodes de production du Groupe peuvent être contrefaits ou copiés ; les produits du Groupe peuvent être distribués, en dehors de la volonté de LVMH, dans des réseaux de distribution parallèles.

Le Groupe LVMH est caractérisé par ses marques, un savoir-faire unique et des méthodes spécifiques de production, pour des produits vendus dans le monde entier.

Les marques constituant l'élément clé des activités du Groupe, leur protection juridique est une nécessité absolue, notamment pour la marque Louis Vuitton ; les marques, noms de produits, appellations, etc., sont déposés ou enregistrés afin d'assurer cette protection, que ce soit en France ou dans les autres pays ; de façon générale, tous les moyens sont mis en œuvre, au niveau international, afin que cette protection juridique soit totale.

Les produits du Groupe, notamment les articles de maroquinerie, sont source de contrefaçon, en particulier en Europe et dans le Sud-est Asiatique.

Les parfums et cosmétiques peuvent en outre se retrouver, indépendamment de la volonté de LVMH, dans des réseaux de distribution inadaptés à l'image ou à la nature de ces produits, réseaux que l'on qualifie ainsi de parallèles ou de « marchés gris ».

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

En particulier, pour agir contre la contrefaçon des produits Louis Vuitton, un plan d'actions a été développé, ayant pour objectif une collaboration étroite, dans les pays concernés, avec les autorités gouvernementales, les douanes et les avocats spécialistes de ces questions. Le Groupe est aussi très présent dans l'ensemble des organismes regroupant les grands noms de l'industrie du luxe, afin de promouvoir des actions concertées et un message commun au niveau mondial, seuls gages de succès.

Le Groupe lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux, et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution ; cette lutte a représenté en 2008 un coût de 14 millions d'euros.

Concurrence

Les marchés sur lesquels LVMH intervient sont caractérisés par l'augmentation du nombre d'acteurs et de produits proposés. Dans le contexte de cette concurrence, le positionnement des produits du Groupe est lié à l'existence de marques à forte notoriété, au fait que les produits sont de grande qualité, souvent innovants ; ce positionnement est lié également à la ligne ou à la forme des produits, à leur image de marque, à leur réputation.

La concurrence sur ces marchés provient aussi de la concentration des réseaux de distribution, et de l'apparition de nouveaux acteurs. Ceci est vrai dans les activités Vins et Spiritueux ou Parfums et Cosmétiques qui sont caractérisées aujourd'hui par une pression sur les marges, une profusion de lancements de nouveaux produits et l'apparition de chaînes de distribution. Dans les activités de Mode et Maroquinerie, la concurrence est également réelle et très active, la création et l'amélioration constante des produits constituant dans ce contexte les principales forces du Groupe.

Réglementations

Beaucoup de produits du Groupe sont soumis, en France, dans l'Union Européenne et dans l'ensemble des pays où le Groupe exerce ses activités, à des réglementations spécifiques ; celles-ci portent aussi bien sur les conditions de production ou de fabrication des produits, leur vente, la sécurité du consommateur ou l'étiquetage, que sur leur composition.

Saisonnalité

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

Présence internationale

Les risques et incertitudes liés à une présence internationale sont de diverses natures : il s'agit des évolutions des devises, qui peuvent affecter les opérations réalisées, le pouvoir d'achat de la clientèle, ou la valeur des actifs d'exploitation localisés à l'étranger ; il s'agit aussi des évolutions économiques qui ne sont pas nécessairement simultanées d'un pays à l'autre ; il s'agit enfin des réglementations douanières ou restrictions à l'importation que peuvent imposer certains pays, et qui le cas échéant peuvent être pénalisantes pour le Groupe. Des commentaires développés sur le mode de gestion des risques de change figurent ci-après, dans le chapitre « Éléments de politique financière ».

Il importe toutefois de souligner que l'activité est répartie de façon équilibrée sur trois zones géographiques et monétaires : l'Asie, la zone Euro, et les États-Unis, ce qui compense en partie l'exposition aux risques développés ici.

Enfin, le groupe LVMH intervient assez peu dans des pays limitant les rapatriements d'actifs ou à contrôle des changes sévère.

Autres facteurs de risques

Risques clients

En raison de la nature des activités, une part importante des ventes réalisées par le Groupe ne donne pas lieu à risque clients ; il s'agit des ventes effectuées directement à notre clientèle par la Distribution sélective, par les activités de Mode et Maroquinerie, et dans une moindre mesure par les Parfums et Cosmétiques ; l'ensemble de ces ventes représente approximativement 54 % des ventes de 2008.

En outre, pour les ventes non comprises dans ce chiffre, il n'existe aucune dépendance dans les différents métiers, vis-à-vis d'un ou de plusieurs clients dont la perte pourrait avoir un effet significatif sur le niveau d'activité ou le résultat du Groupe. Le niveau de satisfaction des demandes de couverture d'assurance crédit est d'environ 83 % au 31 décembre 2008.

Risques pays

De façon générale, le groupe LVMH est peu présent dans les zones d'instabilité politique.

Les autres facteurs de risques, non directement liés aux activités commerciales mais aux opérations de financement ou de placement sont décrits dans le chapitre suivant « Éléments de politique financière ».

2.2 Risques industriels et environnementaux

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

2.2.1 Réduction des risques industriels

L'objectif constant du Groupe est de s'engager dans une politique de prévention des risques industriels en appliquant les normes de sécurité les plus élevées. En concertation avec les assureurs, LVMH applique les normes RHP (Risques Hautement Protégés) dont le but est de réduire de manière significative le risque d'incendie. LVMH a également mis en place un programme d'incitation aux investissements de prévention dont les niveaux sont pris en compte par les assureurs dans leur appréciation des risques.

Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux ; dans ce cadre, environ 275 jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2008.

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

2.2.2 Prévention des risques liés aux produits – Gestion de Crise

Au-delà de la sécurité industrielle, les sociétés du Groupe s'attachent à renforcer la sécurité et la traçabilité des produits. La méthode HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) est utilisée par les sociétés des Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques. Cette démarche vise notamment à renforcer la capacité d'anticipation et de réactivité en cas de rappel de produits.

Une veille jurisprudentielle a également été mise en place afin de maîtriser la dérive des risques de responsabilité, notamment ceux pouvant affecter les marques du Groupe.

2.2.3 Risques communs aux activités du Groupe

Compte tenu de l'activité des sociétés du Groupe, une attention particulière est portée au risque de stockage et de transport des matières premières et des produits finis.

Par son implantation géographique, le Groupe peut être exposé à des risques d'événements naturels.

2.2.4 Sinistralité

En 2008, les activités du Groupe n'ont pas été impactées par des sinistres significatifs. L'ensemble des pertes a été largement compensé par les couvertures d'assurance en place.

2.2.5 Contrôle de la bonne application de la politique de gestion des risques

De nombreuses visites de risques sur sites ainsi que des reportings réguliers permettent de suivre le déploiement et le suivi des actions initiées dans les différentes entités du Groupe. La pertinence de la politique de gestion des risques peut ainsi être mesurée et évaluée.

La Direction de la Gestion des Risques en partenariat avec la Direction de l'Audit Interne du Groupe travaille au développement d'outils et de méthodologies de recensement et d'évaluation des

risques. Ces outils permettent aux sociétés du Groupe de mettre en œuvre des mesures correctives suffisamment en amont pour diminuer la probabilité de réalisation des risques identifiés ainsi que leur gravité.

2.3 Assurances et couvertures des risques

La politique de gestion des risques du Groupe LVMH 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 d'un dispositif de gestion de crise et de plans de secours sur le plan international ;
- un dispositif global de couverture financière visant à réduire les conséquences d'événements majeurs sur la situation financière du Groupe ;
- la coordination des assurances dans le cadre de programmes mondiaux et centralisés.

La politique de couverture du risque du Groupe LVMH 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 des contraintes imposées par le marché de l'assurance.

Par rapport aux capacités financières du Groupe, le niveau d'auto-assurance des risques n'apparaît pas comme significatif. Les franchises à la charge des sociétés du Groupe répondent notamment à une optimisation du rapport couverture/coût global du risque. Les coûts d'assurance supportés par les sociétés du Groupe sont inférieurs à 0,30 % du chiffre d'affaires consolidé.

La solidité financière des partenaires assureurs du Groupe est régulièrement vérifiée.

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

2.3.1 Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation

La majorité des activités industrielles du Groupe est couverte dans le cadre d'un programme mondial consolidé d'assurance de dommages aux biens et de pertes d'exploitation consécutives. Les autres activités sont traitées dans le cadre de programmes coordonnés et centralisés.

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 capacité la plus élevée de ce programme est de 1,1 milliard d'euros, ce montant ayant été déterminé à la suite de l'analyse des Sinistres Maximums Possibles du Groupe.

Les garanties « événements naturels », accordées dans le cadre du programme mondial d'assurance de dommages du Groupe, sont limitées à 75 millions d'euros par sinistre et 150 millions d'euros par an. Ces niveaux sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.

2.3.2 Assurance transport

L'ensemble des entités opérationnelles du Groupe sont couvertes par un contrat d'assurance transport « Stock et Transit ». Les limites du programme sont de l'ordre de 60 millions d'euros et correspondent au risque maximal en cours de transport.

2.3.3 Assurances responsabilité civile

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

Les niveaux de couverture sont conformes à ceux des sociétés dont les activités sont comparables.

Les atteintes à l'environnement en base accidentelle et graduelle ainsi que les dommages environnementaux (Directives 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.

2.3.4 Couvertures des risques spéciaux

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

3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

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

- L'amélioration de la structure financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - l'accroissement sensible des capitaux propres ;
 - le renforcement de la structure financière au moyen de l'accroissement de la part à plus d'un an de la dette financière nette ;
 - la baisse volontaire et mesurée de la trésorerie et équivalents, compte tenu de la situation des marchés financiers ;
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées.

Les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une progression de 11 % et atteignent 13 887 millions d'euros fin 2008, contre 12 528 millions un an auparavant. Cette amélioration résulte de l'ampleur du résultat net réalisé en 2008 et de la variation positive de l'écart de conversion consécutive à l'appréciation du dollar US et du yen japonais vis-à-vis de l'euro entre la fin 2007 et la fin 2008, malgré le versement de dividendes pour un montant de 946 millions d'euros.

- Une politique prudente de gestion des risques de change et de taux d'intérêt, avec pour objectif principal la couverture des risques générés directement ou indirectement par l'exploitation et par le patrimoine du Groupe.

En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de limiter l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une hausse, ont continué à être privilégiées. Cette stratégie a permis d'obtenir des cours de couverture comparables à ceux de l'année 2007 et plus avantageux que les cours moyens de l'année pour ce qui concerne les principales devises de facturation : dollar américain et yen japonais.

- La situation des marchés financiers, et en particulier le coût élevé de la liquidité et l'accroissement du risque de contrepartie, a conduit le Groupe à diminuer ses placements de trésorerie, notamment ceux qui ne faisaient pas l'objet d'une centralisation automatique.

Outre ses placements de trésorerie et équivalents de trésorerie, le Groupe pratique une politique d'investissement et de placement diversifiée. Les investissements réalisés dans le domaine du « *private equity* » ont confirmé en 2008 leur bonne performance des dernières années, tandis que les autres investissements et placements, à la différence des années récentes, ont subi en 2008 le contrecoup de l'évolution des marchés.

- Une augmentation maîtrisée des frais financiers, avec un coût de la dette financière nette qui atteint 257 millions d'euros en 2008, contre 207 millions d'euros en 2007. Cette évolution résulte de la hausse des marges sur crédit ou sur emprunt, de l'augmentation des taux d'intérêt court terme en euro et de la hausse de la dette

financière nette moyenne. Le Groupe a néanmoins limité en 2008 l'impact de la remontée des taux d'intérêt en euro, en franc suisse et en dollar US grâce à l'importance de ses emprunts à taux fixe en début d'exercice.

Le résultat financier a été à nouveau favorablement impacté par les dividendes reçus ainsi que par le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers, dont en particulier celui enregistré du fait de la cession de la participation minoritaire dans le distributeur de jeux vidéo Micromania. En revanche, la comptabilisation de la variation de valeur de la partie inefficace des couvertures de change a pesé sur le résultat financier, mais de façon moindre que lors de l'exercice précédent.

- Une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux bonnes performances de l'année :
 - paiement d'un acompte sur le dividende 2008 de 0,35 euro dès décembre 2008 ;
 - proposition de versement d'un dividende par action de 1,60 euro au titre de l'exercice. Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 784 millions d'euros au titre de l'année 2008, avant effet des actions auto-détenues.

3.1 Risques de marché

3.1.1 Exposition aux risques de change

Une part prépondérante des ventes du Groupe est réalisée dans des monnaies autres que l'euro, en particulier le dollar américain et le yen japonais, alors que la majeure partie de ses dépenses de production est libellée en euros.

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

Le Groupe gère activement son exposition au risque de change, afin de réduire sa sensibilité à des variations défavorables des cours, en mettant en place des couvertures qui revêtent la forme de ventes à terme ou de produits optionnels.

La détention d'actifs substantiels en devises (principalement en dollar américain et en franc suisse) est également créatrice d'un risque de change patrimonial. Ce risque de change est géré au moyen du financement total ou partiel des actifs en question par emprunt dans la devise de l'actif.

3.1.2 Exposition aux risques de taux

L'exposition du Groupe aux risques de taux peut être évaluée par le montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 3,9 milliards d'euros environ au 31 décembre 2008. La dette financière brute est à hauteur de 58 % à taux fixe et à hauteur de 42 % à taux variable.

La dette du Groupe étant libellée en différentes devises, le Groupe est exposé de manière différenciée à l'évolution des taux d'intérêt de ses principales devises d'endettement (euro, ainsi que dollar US, franc suisse et yen japonais).

Ce risque est géré par mise en place de swaps de taux et par achat de caps (protections à la hausse des taux) destinés à limiter les effets négatifs d'une évolution défavorable des taux.

3.1.3 Exposition aux risques des marchés actions

L'exposition du Groupe aux risques des marchés actions est en premier lieu liée aux actions LVMH auto-détenues, essentiellement en couverture des plans de stock-options et des plans d'attribution d'actions gratuites. Le Groupe détient aussi, désormais, des options d'achat sur actions LVMH en couverture de ces engagements vis-à-vis des salariés. Les actions LVMH, tout comme les options d'achat, constituent en normes IFRS des instruments de fonds propres, qui n'affectent pas le compte de résultat consolidé.

Des actions autres que LVMH peuvent être détenues par certains des fonds dans lesquels le Groupe a investi, voire directement parmi les investissements financiers ou les placements financiers.

Le Groupe peut utiliser des produits dérivés pour gérer ses positions. Les produits dérivés ainsi traités peuvent avoir pour objectif de réduire la sensibilité de la position à la variation des cours de bourse. Ainsi, des equity swaps sur l'action LVMH permettent de couvrir les plans de rémunération liés au cours de l'action LVMH dénouables en numéraire. Les produits dérivés peuvent aussi être utilisés pour construire synthétiquement une position longue.

3.1.4 Exposition aux risques de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière nette à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés soit 0,8 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,7 milliard d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,4 milliards d'euros.

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

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

Le Groupe applique une stratégie de gestion des risques de change et de taux destinée principalement à limiter l'impact négatif des fluctuations des monnaies ou des taux d'intérêts sur son activité ou ses investissements.

Cette gestion est pour l'essentiel centralisée chez la société mère, à Paris.

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 stricte séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (front-office), de gestion administrative (back-office) et de contrôle financier.

Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle très rapide des opérations.

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

Les contreparties utilisables sont retenues en fonction d'un niveau de notation minimum et selon une approche de diversification des risques.

3.2 Variation de la trésorerie consolidée

Le tableau de variation de la trésorerie consolidée, présenté dans les comptes consolidés, détaille les principaux flux financiers de l'exercice 2008.

La capacité d'autofinancement générée par l'activité s'est élevée à 4 096 millions d'euros, contre 4 039 millions un an plus tôt.

Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 3 008 millions d'euros, soit une progression de 2,6 % par rapport aux 2 932 millions constatés en 2007.

Les intérêts payés en 2008, à 222 millions d'euros contre 191 millions en 2007, augmentent sous l'influence de trois facteurs : la hausse en moyenne sur l'année des taux d'intérêt euros, l'augmentation des marges sur emprunt, la hausse de l'encours moyen de la dette financière.

Les impôts payés s'élèvent à 866 millions d'euros en 2008, contre 916 millions en 2007.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 730 millions d'euros. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie s'élevant à 826 millions d'euros, du fait notamment de la constitution de stocks d'eaux-de-vie de cognac ou de vins de champagne. La variation des créances clients est contenue et génère sur l'année un besoin de 29 millions d'euros, notamment chez Parfums Christian Dior et chez Hennessy, tandis que la variation du poste fournisseurs apporte 135 millions d'euros, notamment chez Sephora, Hennessy et Louis Vuitton.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est positive à hauteur de 2 278 millions d'euros.

Le solde net des opérations d'investissement et de cession – opérationnelles comme financières – se traduit par un décaissement de 1 560 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe, nets des cessions, représentent sur l'exercice un débours de trésorerie de 947 millions d'euros. Ce montant reflète la dynamique de développement du Groupe et de ses marques phares telles Louis Vuitton, Sephora et Parfums Christian Dior.

Les cessions d'investissements financiers ont excédé les acquisitions de 29 millions d'euros. En particulier, l'année 2008 a enregistré l'acquisition de 45 % de la chaîne de parfumerie russe Ile de Beauté et la cession d'une participation dans le distributeur de jeux vidéo Micromania. Le solde des incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés constitue un emploi d'un montant de 642 millions d'euros, tenant principalement à l'acquisition de l'horloger Hublot et du constructeur de yachts Royal Van Lent.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 1 080 millions d'euros.

Les acquisitions de titres LVMH et assimilés effectuées par le Groupe, nettes des cessions, ont constitué un débours de 143 millions d'euros. En particulier, 820 000 actions LVMH ont été achetées à des fins d'annulation. Comme les années antérieures, des options d'achat d'actions LVMH ont été acquises afin de couvrir les plans d'options d'achat accordées aux salariés.

Les dividendes versés en 2008 par LVMH SA, hors actions d'autocontrôle, se sont élevés à 758 millions d'euros dont 592 millions en mai au titre du solde du dividende 2007 et 166 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2008. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 188 millions d'euros. Il s'agit pour l'essentiel de Diageo du fait de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy et des minoritaires de DFS.

Les besoins de financement, après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, se sont ainsi élevés à 362 millions d'euros.

En outre, des emprunts et des dettes financières ont été amortis en 2008 pour un montant de 2 301 millions d'euros, et 47 millions d'euros ont été investis en placements financiers.

À l'inverse, les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 2 254 millions d'euros. LVMH SA a notamment abondé en avril à hauteur de 160 millions d'euros de nominal sa souche obligataire en euros 2005-2012, et procédé en juin à une émission obligataire publique en francs suisses comportant deux tranches, à 3,5 ans et 7 ans, d'un montant nominal de 200 millions de francs suisses chacune. Par ailleurs, le Groupe a utilisé son programme d'Euro Medium Term Notes pour diversifier sa base d'investisseurs et profiter d'opportunités en matière de placements privés. Le Groupe a privilégié l'appel à des ressources financières à plus d'un an, diminuant notamment

de 369 millions d'euros le recours à son programme de billets de trésorerie français.

À l'issue des opérations de l'année 2008, la trésorerie nette s'élève à 718 millions d'euros.

3.3 Structure financière

Le total du bilan consolidé de LVMH, présenté dans les comptes consolidés, s'élève au 31 décembre 2008 à 31,6 milliards d'euros, en progression de 4,0 % par rapport au 31 décembre 2007.

L'actif immobilisé représente 21,1 milliards d'euros, contre 20,3 milliards fin 2007. Il atteint ainsi 67 % du total du bilan, soit une proportion identique à celle prévalant un an plus tôt.

Les immobilisations corporelles et incorporelles atteignent 19,0 milliards d'euros, contre 18,2 milliards fin 2007. Les marques et autres immobilisations incorporelles représentent 8,5 milliards d'euros, contre 8,0 milliards au 31 décembre 2007. Cette évolution résulte principalement de l'acquisition de l'horloger suisse Hublot, de la consolidation au 1^{er} janvier 2008 du groupe de presse Les Echos, acquis en toute fin d'année 2007 et de l'incidence des variations des parités monétaires sur les marques et autres immobilisations incorporelles comptabilisées en dollar US, telle l'enseigne DFS, ou en francs suisses, telle la marque TAG Heuer.

Les écarts d'acquisition diminuent à 4,4 milliards d'euros, contre 4,8 milliards un an plus tôt. L'incidence de la baisse des écarts d'acquisition liés aux engagements de rachat de titres de minoritaires l'emporte en effet sur les écarts d'acquisition constatés à l'occasion de la première consolidation des Echos, de Hublot, et du constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent.

Les immobilisations corporelles augmentent à 6,1 milliards d'euros, contre 5,4 milliards en fin d'année 2007. Cette croissance provient essentiellement des investissements opérationnels de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution et de ceux de Hennessy et de Moët & Chandon dans leurs outils de production et des effets des variations de change, dont l'ensemble excède les dotations aux amortissements de l'année.

Le total des participations dans les sociétés mises en équivalence, des investissements financiers, des autres actifs non courants et des impôts différés, reste stable à 2,0 milliards d'euros. Cette stabilité recouvre notamment l'acquisition d'une participation de 45 % dans la chaîne de parfumerie russe Ile de Beauté, l'augmentation des impôts différés actifs et en sens inverse la consolidation des titres Les Echos et la cession d'une participation minoritaire dans la société Micromania.

Les stocks s'élèvent à 5,8 milliards d'euros, contre 4,8 milliards fin 2007, en raison de la croissance en volume de l'activité, de la poursuite de la constitution de stocks d'eaux-de-vie de cognac, des acquisitions réalisées en 2008 et des effets des variations des parités monétaires.

Les créances clients atteignent 1,7 milliard d'euros, contre 1,6 milliard fin 2007, reflétant la progression du chiffre d'affaires.

Les placements de trésorerie, hors placements financiers, diminuent à 1,0 milliard d'euros, contre 1,6 milliard au 31 décembre 2007.

Les capitaux propres part du Groupe, avant affectation du résultat, progressent à 12,9 milliards d'euros contre 11,6 milliards fin 2007. Cette progression est le fruit de l'important résultat net part du Groupe et de la variation positive de l'écart de conversion entraînée par la hausse du dollar US vis-à-vis de l'euro, malgré le versement en 2008 de dividendes pour un montant de 0,8 milliard d'euros.

Les intérêts minoritaires progressent légèrement, à 1,0 milliard d'euros, contre 0,9 milliard fin 2007. Cette augmentation résulte de la part des minoritaires dans le résultat de l'année, nette des dividendes qui leur ont été versés, et de l'effet de la hausse de la monnaie américaine sur les intérêts minoritaires dans DFS.

Le total des capitaux propres s'établit ainsi à 13,9 milliards d'euros, représentant 44 % du total de bilan contre 41 % un an auparavant.

Les passifs non courants s'élèvent à fin 2008 à 11,1 milliards d'euros, dont 3,7 milliards au titre de la dette financière, contre respectivement 10,4 milliards et 2,5 milliards à fin 2007. Cette progression résulte en premier lieu de l'augmentation de la dette financière à plus d'un an, contrebalancée pour partie par la diminution des engagements de rachat de titres de participations, qui constituent l'essentiel du poste « Autres passifs non courants ». La part relative des passifs non courants dans le total de bilan augmente à 35 % de celui-ci, contre 34 % un an plus tôt.

Les capitaux permanents atteignent ainsi 25,0 milliards d'euros, et dépassent le montant des actifs non courants.

Les passifs courants s'établissent à 6,6 milliards d'euros, contre 7,4 milliards fin 2007, en raison du remboursement d'une partie importante de la dette financière à moins d'un an et ce malgré l'augmentation des comptes fournisseurs consécutive à la croissance des achats d'eaux-de-vie de cognac et aux acquisitions réalisées. La part des passifs courants dans le total de bilan diminue pour atteindre 21 %.

La dette financière à plus et moins d'un an, y compris la valeur de marché des produits dérivés de taux, et nette des placements financiers et de la trésorerie, ressort au 31 décembre 2008 à 3,9 milliards d'euros contre 3,1 milliards un an plus tôt. Elle représente 28 % du montant des capitaux propres, contre 25 % à fin 2007.

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

À fin 2008, les lignes de crédit confirmées excèdent 3,8 milliards d'euros, dont seul 0,4 milliard d'euros fait l'objet de tirage. Il en résulte un montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées de 3,4 milliards d'euros, qui couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2008 atteint 0,7 milliard d'euros.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

La stratégie du Groupe LVMH est axée sur le développement de marques ou d'enseignes à fort potentiel. Ces marques prestigieuses et ces enseignes de distribution sélective nécessitent des investissements soutenus dans deux domaines :

- dans le domaine de la communication et de la promotion, pour le maintien ou le développement de leur image et de leur notoriété, afin d'améliorer leurs parts de marchés et leur rentabilité ;
- dans le domaine de la recherche et développement, en particulier dans les activités Parfums et Cosmétiques, afin d'offrir aux clientèles les produits les meilleurs et les plus innovants.

4.1 Dépenses de communication et de promotion

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

	2008	2007	2006
Dépenses de communication et promotion :			
- en millions d'euros	2 031	1 953	1 783
- en % des ventes	11,8	11,8	11,6

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.

4.2 Frais de recherche et développement

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Frais de recherche et développement	43	46	43

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

4.3 Investissements industriels et dans les réseaux de distribution

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

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

	2008	2007	2006
Investissements industriels et dans les réseaux de distribution :			
- en millions d'euros	1 039	990	771
- en % de la capacité d'autofinancement	25,4	24,5	22,0

À l'instar des enseignes de la Distribution sélective qui gèrent directement tous leurs points de vente, Louis Vuitton assure la distribution de ses produits dans ses boutiques exclusivement. 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 2008, les investissements opérationnels ont principalement porté sur les points de vente. Louis Vuitton a porté son réseau de magasins à 425, bénéficiant de 35 ouvertures nettes, et a rénové plus de soixante magasins. Par ailleurs, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 898 magasins à fin 2008 contre 756 à fin 2007. Parfums Christian Dior a poursuivi le renouvellement de ses mobiliers commerciaux pour promouvoir la nouvelle image de la marque ; DFS a ouvert sa première Galleria à Macao.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, les investissements importants incluent des acquisitions de terres à vigne et vignobles, de barriques et de cuves de stockage et d'assemblage, ainsi que la construction de chais ; tous ces investissements doivent permettre la constitution de stocks et le développement à long terme des marques de ce groupe d'activités.

5. DONNÉES SOCIALES

La Direction des Ressources Humaines a poursuivi en 2008 les travaux visant à renforcer la qualité et la fiabilité du reporting social au sein du Groupe. En particulier, la mise en correspondance des entités organisationnelles et des entités légales a permis de formaliser la cohérence du reporting social et du reporting financier ; le périmètre du reporting financier couvre ainsi la totalité des effectifs du Groupe présents dans les sociétés consolidées par intégration globale et proportionnelle, mais ne comprend pas les effectifs des entités mises en équivalence.

La définition des indicateurs Ressources Humaines a également été améliorée. Afin de minimiser les effets des différences récurrentes existant d'un pays à l'autre, une fiche descriptive a été réalisée pour chaque indicateur social précisant 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. De nouveaux contrôles informatiques ont également été développés assurant la fiabilité et la cohérence des informations saisies.

Les effectifs publiés ci-dessous concernent l'ensemble des sociétés consolidées, incluant la part de LVMH dans les joint-ventures. Les indicateurs sociaux ont été calculés sur un périmètre de 534 entités organisationnelles couvrant plus de 99 % de l'effectif mondial et intègrent la totalité des collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures.

Depuis l'exercice 2007, le reporting social annuel du Groupe fait l'objet d'une vérification par le département Environnement & Développement Durable de Deloitte & Associés, Commissaire aux comptes du Groupe : les indicateurs vérifiés sont identifiés par le symbole . En 2008, Deloitte & Associés a émis un rapport d'examen limité rendant compte de ces travaux.

5.1 Répartition et évolution de l'effectif

5.1.1 Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2008 est de 77 087 collaborateurs. Il se répartit en 69 957 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 7 130 sous contrat à durée déterminée (CDD). 12 161 salariés travaillent à temps partiel, soit environ 16 % de l'ensemble du personnel. La part des effectifs hors de France reste stable à 74 % des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen 2008 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 69 479 personnes, en augmentation de 9,5 % par rapport à 2007.

Les principales évolutions proviennent du développement organique, de l'ouverture de nouveaux magasins principalement en Asie, Europe et États-Unis, et des variations de périmètre. Les groupes d'activités Distribution sélective et Parfums & Cosmétiques enregistrent une croissance des effectifs moyens supérieure à 10 %. Parmi les variations de périmètre de 2008, on notera l'acquisition de la société horlogère Hublot, des yachts Royal Van Lent et de l'entrée dans le périmètre de consolidation du groupe de presse Les Echos.

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

Répartition par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre ⁽¹⁾	2008	%	2007	%	2006	%
Vins et Spiritueux	6 438	8	6 313	9	5 521	9
Mode et Maroquinerie	22 467	29	20 803	29	17 951	28
Parfums et Cosmétiques	17 163	22	15 719	22	14 747	23
Montres et Joaillerie	2 261	3	2 014	3	1 882	3
Distribution sélective	27 347	36	26 323	36	23 275	36
Autres activités	1 411	2	713	1	877	1
Total <input checked="" type="checkbox"/>	77 087	100	71 885	100	64 253	100
Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾	2008	%	2007	%	2006	%
Vins et Spiritueux	6 470	9	6 780	11	5 462	9
Mode et Maroquinerie	20 793	30	19 028	30	16 904	30
Parfums et Cosmétiques	15 908	23	14 275	23	13 453	24
Montres et Joaillerie	2 161	3	1 994	3	1 836	3
Distribution sélective	22 945	33	20 494	32	18 612	32
Autres activités	1 202	2	893	1	938	2
Total	69 479	100	63 464	100	57 205	100

(1) Effectif total CDI et CDD.

(2) Effectif moyen CDI et CDD en Équivalent Temps Plein.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre ⁽¹⁾	2008	%	2007	%	2006	%
France	19 737	26	19 044	26	18 992	30
Europe (hors France)	17 226	22	16 245	23	13 168	21
États-Unis	16 723	22	16 136	23	14 217	22
Japon	4 929	6	4 929	7	4 596	7
Asie (hors Japon)	14 831	19	13 084	18	11 073	17
Autres marchés	3 641	5	2 447	3	2 207	3
Total <input checked="" type="checkbox"/>	77 087	100	71 885	100	64 253	100
Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾						
France	18 980	27	18 538	29	18 448	32
Europe (hors France)	15 060	22	13 771	22	11 181	20
États-Unis	13 666	20	12 203	19	11 024	19
Japon	4 937	7	5 008	8	4 563	8
Asie (hors Japon)	13 717	20	11 775	19	9 990	17
Autres marchés	3 119	4	2 169	3	1 999	4
Total	69 479	100	63 464	100	57 205	100

(1) Effectif total CDI et CDD.

(2) Effectif moyen CDI et CDD en Équivalent Temps Plein.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre ⁽¹⁾	2008	%	2007	%	2006	%
Cadres <input checked="" type="checkbox"/>	12 809	17	11 233	15	10 335	16
Techniciens, responsables d'équipe	8 036	10	7 050	10	6 282	10
Employés administratifs, personnel de vente	44 616	58	43 667	61	39 106	61
Personnel de production	11 626	15	9 935	14	8 530	13
Total	77 087	100	71 885	100	64 253	100
Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾						
Cadres	12 230	17	11 244	18	10 035	17
Techniciens, responsables d'équipe	7 673	11	6 689	10	6 078	11
Employés administratifs, personnel de vente	38 622	56	35 927	57	32 634	57
Personnel de production	10 954	16	9 604	15	8 458	15
Total	69 479	100	63 464	100	57 205	100

(1) Effectif total CDI et CDD.

(2) Effectif moyen CDI et CDD en Équivalent Temps Plein.

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 34 ans. Les tranches d'âge les plus jeunes sont prédominantes dans le personnel de vente, principalement en Asie Pacifique et aux États-Unis.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Âge : moins de 25 ans	13,2	7,4	11,9	19,0	7,1	18,0	13,2
25 - 29 ans	20,8	14,9	18,7	22,2	25,2	27,6	24,0
30 - 34 ans	18,3	16,4	20,4	15,3	29,9	18,0	20,0
35 - 39 ans	14,9	15,8	17,4	11,8	17,6	13,4	15,2
40 - 44 ans	11,6	14,6	12,6	9,2	9,7	9,7	10,9
45 - 50 ans	8,9	12,6	8,5	7,8	6,0	6,7	7,0
50 - 54 ans	6,4	10,1	5,4	6,2	2,8	4,0	5,5
55 - 59 ans	4,1	6,9	3,4	4,5	1,6	1,7	3,2
60 ans et plus	1,8	1,3	1,7	4,0	0,1	0,9	1,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Âge moyen	36	39	36	36	34	34	35

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

Ancienneté moyenne et répartition par ancienneté

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 10 ans en France et d'environ 5 à 6 ans dans les autres zones géographiques. Cette différence s'explique principalement par la prédominance, dans ces régions, des activités de distribution caractérisées par un fort taux de turnover. Elle s'explique également par l'implantation récente des sociétés du Groupe dans les pays en forte croissance, où l'on constate une plus grande fluidité de l'emploi.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Ancienneté : moins de 5 ans	60,4	37,8	62,3	76,2	55,3	71,7	69,0
5 - 9 ans	19,7	24,2	22,0	14,5	29,2	14,6	16,5
10 - 14 ans	7,6	10,8	7,7	4,2	7,7	6,7	7,2
15 - 19 ans	5,0	9,0	4,2	2,3	4,8	3,8	2,9
20 - 24 ans	3,3	7,3	1,8	1,6	2,1	2,1	2,1
25 - 30 ans	2,0	5,2	0,8	0,7	0,6	0,7	1,1
30 ans et plus	2,0	5,7	1,2	0,5	0,3	0,4	1,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ancienneté moyenne	7	10	6	5	6	5	5

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

5.1.2 Recrutements, mobilités et départs

Détecter et attirer les talents est un axe stratégique de la politique de recrutement de LVMH ; l'image du Groupe associée à la diversité de l'offre attire ces talents. Le succès des pages « LVMH recrute » du site institutionnel du Groupe en témoigne : sur 12 mois, plus de 140 000 candidatures ont été déposées en réponse à plus de 2 800 offres.

La taille du Groupe, l'éventail de ses métiers et de ses opportunités de carrière sont reconnus. L'enquête UNIVERSUM réalisée en 2008 auprès de 13 600 étudiants issus de 105 grandes écoles et universités françaises en atteste en classant pour la troisième année consécutive LVMH en tête des sociétés préférées des jeunes issus des écoles de commerce.

Cette volonté de s'affirmer toujours plus comme l'employeur de choix dans son domaine s'exprime à travers de nombreuses actions de positionnement et de valorisation de la « marque employeur LVMH ». Ainsi, les équipes Ressources Humaines ont réfléchi à un nouveau cadre de communication afin de renforcer le pouvoir d'attractivité sur des marchés de l'emploi toujours plus tendus, notamment hors des environnements historiques. Il s'agit d'élargir au niveau mondial la notoriété et le désir de rejoindre le groupe LVMH dont l'environnement professionnel, en tant qu'espace de vie original multiple et unique à la fois, incarne un certain « Art de vivre ensemble ».

Afin de présenter les opportunités offertes par le Groupe, les équipes de LVMH ont participé à une centaine de manifestations, notamment des campus de grandes écoles et d'universités prestigieuses en France et à l'étranger. Une attention particulière a été portée aux programmes délivrant des MBA de renommée internationale, en Europe (IMD, London Business School, INSEAD, HEC, etc.), en Amérique (Harvard, Columbia, Wharton, Stanford...) et de manière croissante en Asie (Tsinghua, Fudan, NUS, Hong-Kong University, Waseda, Keiko, Tokyo University...). En complément de ces rencontres, le solide engagement du groupe LVMH s'incarne dans le partenariat

de la Chaire ESSEC Luxe en France et par les bourses d'études LVMH pour l'Asie.

Afin d'accompagner une croissance soutenue depuis plusieurs années, LVMH développe des programmes ciblés d'identification et de développement accéléré de ses futurs dirigeants. Ainsi, l'initiative « FuturA » vise à recruter et développer des profils qui, après une première expérience solide et réussie, viennent exprimer leur esprit entrepreneurial au sein du groupe LVMH. En 2008, LVMH a attiré et sélectionné parmi des milliers de candidats de grande valeur plus de 80 personnes dans le cadre de cette initiative « FuturA ». Ces hommes et femmes rejoignent le groupe de hauts potentiels internes qui font l'objet d'une attention particulière avec un effort renforcé d'exposition professionnelle (progression de carrière rapide, diversité des enjeux à relever, perspective internationale...) et de développement personnel (plans individuels de développement revus régulièrement au niveau du Groupe, rencontre des dirigeants, formations...).

En 2008, les recrutements ont concerné près de 22 795 personnes sous contrats à durée indéterminée dont 2 814 en France. 5 665 personnes sous contrat à durée déterminée ont été recrutées en France. Les pics saisonniers des ventes, lors des fêtes de fin d'année et des vendanges, sont deux motifs importants de recours aux contrats à durée déterminée.

Le nombre de départs de salariés en contrat à durée indéterminée, tous motifs confondus, s'élève à 17 683 en 2008, dont plus de la moitié dans la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (73 %) et le licenciement individuel (13 %).

Le taux de turnover global a augmenté d'environ 10 % par rapport aux années précédentes et reste sensiblement différent suivant les zones géographiques : les taux les plus élevés se rencontrent en Amérique du Nord et en Asie où les marchés de l'emploi sont les plus fluides.

Turnover par zone géographique

(en %)	2008	France	Europe ⁽⁴⁾	USA	Japon	Asie ⁽⁵⁾	Autres marchés	2007	2006
Turnover global ⁽¹⁾	25,0	11,7	18,9	47,7	13,0	30,8	16,1	22,4	20,2
dont : <input checked="" type="checkbox"/> turnover volontaire ⁽²⁾	18,5	6,4	14,1	37,4	12,0	22,5	11,7	17,4	14,6
<input checked="" type="checkbox"/> turnover involontaire ⁽³⁾	5,9	4,0	4,2	9,9	0,8	8,1	4,1	4,4	4,9

(1) Tous motifs.

(2) Démissions.

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

(4) Hors France.

(5) Hors Japon.

Répartition des mouvements⁽¹⁾ sous contrat à durée indéterminée par groupe d'activités et zone géographique

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Vins et Spiritueux	868	983	923	750	742	580
Mode et Maroquinerie	5 427	4 811	3 611	3 693	3 512	3 356
Parfums et Cosmétiques	4 283	3 064	2 254	2 812	2 635	2 070
Montres et Joaillerie	459	440	318	339	295	302
Distribution sélective	11 607	9 420	6 502	9 713	7 071	5 395
Autres activités	151	106	83	376	79	83
Total	22 795	18 824	13 691	17 683	14 334	11 786
France	2 814	2 714	1 983	2 424	2 051	1 707
Europe (hors France)	4 126	3 573	2 546	2 835	2 675	2 348
États-Unis	8 417	6 144	4 909	7 092	5 079	4 069
Japon	691	654	620	560	616	551
Asie (hors Japon)	5 943	5 009	3 109	4 316	3 517	2 793
Autres marchés	804	730	524	456	396	318
Total	22 795 <input checked="" type="checkbox"/>	18 824	13 691	17 683	14 334	11 786

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

LVMH encourage la mobilité de ses collaborateurs, d'une société à une autre, ou d'une zone géographique à une autre. La diversité des sociétés du Groupe, leur identité ainsi que leur expertise métier dans des domaines d'activités variés, valorisent ces deux formes de mobilités. Environ 40 % des postes de cadres sont pourvus par mobilité interne et plus de 900 mobilités ont été mises en œuvre en 2008 vers une autre société du Groupe.

LVMH favorise également la mobilité d'une catégorie professionnelle à une autre en incitant ses collaborateurs à acquérir de nouvelles compétences notamment à travers des formations qualifiantes ou diplômantes. Près de 3 900 collaborateurs ont été promus en 2008, soit 5,6 % de l'effectif CDI.

5.2 Temps de travail

5.2.1 Aménagement du temps de travail

Au niveau mondial 16 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 34 % 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 ⁽¹⁾ (en %)	Effectif mondial	France	Europe ⁽²⁾	USA	Japon	Asie ⁽³⁾	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	16	37	13	4	16	2	0
Temps partiel	16	11	20	31	1	8	13
Travail en équipe ou en horaires alternants	34	7	8	61	82	56	27

(1) Les pourcentages sont calculés sur l'effectif CDI à l'exception du temps partiel où les pourcentages sont calculés sur l'effectif total.

(2) Hors France.

(3) Hors Japon.

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

Effectif concerné (en %)	Effectif France	Cadres	Techniciens Responsables d'équipe	Employés administratifs Personnel de vente	Personnel de production
Horaires variables ou aménagés	37	35	58	55	2
Temps partiel	11	3	6	23	7
Travail en équipe ou en horaires alternants	7	-	5	2	22
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	15	-	17	14	29

5.2.2 Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 37,3 millions d'euros, soit en moyenne 1,7 % de la masse salariale mondiale. La répartition varie de 1,0 % à 2,1 % de la masse salariale selon les zones géographiques.

Taux d'heures supplémentaires par région

(en % de la masse salariale)	Effectif mondial	France	Europe ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Heures supplémentaires	1,7	1,5	2,1	1,7	1,9	1,5	1,0

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

5.2.3 Absentéisme

Le taux global d'absentéisme au sein du Groupe, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, se situe à 4,5 %. Il est stable par rapport aux années précédentes (4,7 % en 2007 et 4,1 % en 2006). Les deux causes principales d'absence sont la maladie (2,2 %) et la

maternité (1,4 %). Les taux d'absentéisme des entités européennes sont globalement deux fois plus élevés que ceux constatés dans les autres régions géographiques.

Taux d'absentéisme ⁽¹⁾ par région et par motif

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

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

(2) Hors France.

(3) Hors Japon.

5.3 Rémunération

5.3.1 Rémunération moyenne

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

Effectif concerné (en %)	2008	2007	2006
Moins de 1 500 euros	10,7	12,7	20,5
De 1 501 à 2 250 euros	29,3	38,5	30,7
De 2 251 à 3 000 euros	23,5	17,9	19,2
Plus de 3 000 euros	36,5	30,9	29,6
Total	100,0	100,0	100,0

5.3.2 Frais de personnel

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Masse salariale brute - Contrats à durée déterminée ou indéterminée	2 210,5	2 077,1	1 965,9
Charges sociales patronales	573,4	550,8	504,7
Travail temporaire	128,2	101,7	85,0
Total frais de personnel	2 912,1	2 729,6	2 555,6

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est en légère augmentation par rapport aux années précédentes et représente 7,5 % du total de la masse salariale dans le monde, charges sociales comprises.

5.3.3 Intéressement, participation et épargne salariale

Toutes les sociétés françaises de 50 salariés et plus disposent d'un plan de Participation, d'Intéressement ou d'Épargne. Ces plans ont représenté en 2008 une charge globale de 104,8 millions d'euros, en progression de 15 % par rapport à 2007.

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Participation	62,3	50,5	46,5
Intéressement	36,9	35,2	33,7
Abondement aux plans d'épargne	5,6	5,4	4,9
Total	104,8	91,1	85,1

En 2001, le Groupe a mis en place un plan mondial d'options d'achat d'actions LVMH, et attribué à cette date 25 options au prix d'exercice de 66 euros à chaque salarié du Groupe. Depuis mai 2005, les bénéficiaires de ce Plan peuvent exercer leurs options à tout moment et jusqu'en mai 2009.

5.4 Égalité professionnelle et diversité

LVMH est signataire du Pacte Mondial, de la Charte de la Diversité et de la Charte d'Engagement des Entreprises au service de l'Égalité des chances dans l'Éducation.

Ces engagements ont été concrètement mis en œuvre par les Directions des Ressources Humaines des Maisons à travers un réexamen systématique des pratiques de recrutement afin d'en renforcer l'objectivité. Pour compléter l'action des équipes Ressources Humaines, des sessions de formation ont été organisées afin de sensibiliser les équipes dirigeantes à ces aspects dès la formalisation des besoins en recrutement et des définitions de postes.

En 2008 le Groupe a initié une opération d'auto-évaluation (« testing ») de ses recrutements qui concerne l'ensemble des Maisons en France et en Suisse. Deux cabinets indépendants ont été chargés de tester les réponses des recruteurs à des candidatures exprimant des particularités individuelles potentiellement génératrices de discriminations, notamment liées aux origines. Cette opération, qui obéit aux règles déontologiques en vigueur, a par ailleurs été suivie par un comité interne chargé de s'assurer de la confidentialité des traitements et du respect des règles éthiques.

5.4.1 L'égalité homme-femme

La proportion de l'effectif féminin reste stable depuis plusieurs années et se situe à environ 73 % de l'ensemble du personnel du Groupe. Cette proportion se reflète également dans les recrutements puisqu'on dénombre 71 % de femmes parmi les collaborateurs recrutés en 2008. La place importante des emplois féminins s'explique en partie par la nature et l'attractivité des métiers de LVMH, très présent dans les Parfums et Cosmétiques (82 % de femmes), la distribution de produits de luxe (80 % de femmes) ou la Mode et Maroquinerie (73 % de femmes). À l'opposé, les emplois masculins sont majoritaires dans les métiers des Vins et Spiritueux et représentent 65 % des effectifs de ce groupe d'activités.

Représentativité des femmes dans les recrutements ⁽¹⁾ et dans les effectifs du Groupe

(% de femmes)	Recrutements			Effectifs Groupe		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	44	45	40	35	34	33
Mode et Maroquinerie	70	71	71	73	74	74
Parfums et Cosmétiques	83	83	86	82	81	81
Montres et Joaillerie	57	57	56	55	56	56
Distribution sélective	70	77	81	80	79	79
Autres activités	60	54	57	57	53	53
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	57	59	60	59	57	57
Techniciens / Responsables d'équipe	66	67	70	69	69	70
Employés administratifs / Personnel de vente	76	79	81	81	80	81
Personnel de production	58	58	65	63	62	62
Répartition par zone géographique						
France	70	71	69	67	67	67
Europe (hors France)	79	76	80	76	76	75
États-Unis	66	72	76	74	73	73
Japon	78	79	82	77	77	77
Asie (hors Japon)	73	76	78	76	75	77
Autres marchés	73	69	59	62	61	61
Groupe LVMH	71 %	74 %	76 %	73 %	72 %	72 %

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

L'évolution des emplois féminins est également sensible dans les postes d'encadrement où la proportion de femmes cadres est de 59 % . L'égalité professionnelle est également présente dans les évolutions de carrière : 71 % des collaborateurs promus en 2008 sont des femmes.

Les femmes sont présentes à hauteur de 30 % dans les Comités de Direction et sept sociétés du Groupe ont à leur tête une Présidente : Veuve Clicquot Ponsardin, Krug, Fred, Montres Dior, Kenzo Parfums, e-Luxury et Acqua di Parma.

5.4.2 La gestion des seniors

L'accès et le maintien à l'emploi des salariés âgés constituent une préoccupation constante et cohérente tant avec la politique de diversité du Groupe qu'avec la recherche de la pérennité des compétences et de la transmission des savoir-faire. C'est ainsi, à titre d'exemples, que Parfums Givenchy vient de signer avec des organisations syndicales un accord d'entreprise organisant et développant les perspectives de carrières des « seniors » et que l'ensemble des Maisons encourage la mise en place d'actions de tutorat confiées aux seniors.

Dans le monde, 12,3 % des collaborateurs du groupe LVMH ont plus de 50 ans. Cette population représente 18,3 % de l'effectif en France.

5.4.3 L'emploi des personnes handicapées

La Mission Handicap de LVMH, fédérant 24 Maisons du Groupe, a constitué un puissant levier d'actions dans la politique en faveur des personnes handicapées. Les équipes Ressources Humaines ont été formées au recrutement et à l'encadrement des personnes handicapées. Des sessions de formation sont régulièrement organisées, pour faciliter l'emploi de ces collaborateurs dans tous les domaines d'activités. À titre d'exemples, Hennessy a formé ses cadres à l'intégration des salariés handicapés et DFS Group a développé un programme destiné à garantir l'égalité de traitement. Toutes les esthéticiennes du Spa Guerlain des Champs-Élysées ont été formées à l'accueil des clients en situation de handicap.

En matière de recrutement, 15 Maisons ont participé cette année à des opérations de promotion spécifiques vis-à-vis de ces candidats : Speed-recruitment, Salon de l'Adapt, HandiChat, utilisation du CV Vidéo... Plusieurs partenariats avec les établissements spécialisés ont été développés en vue de faciliter l'accès des candidats handicapés aux métiers des Maisons : TAG Heuer (Suisse) avec des centres de reclassement professionnel en horlogerie, Louis Vuitton et Parfums Givenchy avec les Cap Emploi... Un audit d'accessibilité numérique a été mis en œuvre sur le site Internet du Groupe afin de garantir l'égal accès aux offres d'emploi, quel que soit le mode de navigation de l'internaute.

En amont du recrutement, le Groupe a conduit plusieurs actions permettant d'accroître la qualification des personnes handicapées : l'élaboration de deux dispositifs de professionnalisation à l'attention de ces demandeurs d'emploi dans les métiers de la vente et de la bureautique, et la création d'ARPEJEH (Accompagner la Réalisation des Projets d'Études de Jeunes Élèves et Étudiants Handicapés), dont LVMH est un des fondateurs et qui a vocation à orienter et accueillir des collégiens et lycéens handicapés.

LVMH est particulièrement attentif au maintien en emploi des salariés devenus handicapés, comme l'illustrent les ateliers aménagés chez Moët & Chandon ou Parfums Christian Dior, qui permettent aux collaborateurs ayant des restrictions médicales de conserver leur emploi dans des conditions adaptées.

Le personnel handicapé représente 0,8 % de l'effectif mondial ; en France, ce taux est de 2,0 % et les prestations sous-traitées à des ESAT ou des entreprises adaptées ont représenté un montant de 4,5 millions d'euros en 2008, en progression de plus de 58 % par rapport à l'année dernière. Au travers du projet Delta Insertion, le Groupe contribue aussi à accompagner les personnes handicapées qui le souhaitent vers ces établissements.

5.5 Formation

Les Maisons du Groupe proposent un large éventail de formations destinées à développer les compétences professionnelles de leurs collaborateurs, perpétuer le savoir-faire « métier » de leurs artisans et de leurs créateurs et partager leur patrimoine culturel commun. Conformément à la philosophie d'organisation du Groupe, les maisons prennent dans ce domaine toutes les initiatives spécifiques plus particulièrement adaptées à leurs métiers.

Le Groupe offre également, en complément des séminaires d'intégration, une gamme étendue de formations en management, en techniques de vente ou de négociation, en marketing, en gestion de projets, en langues étrangères, etc. Ces formations sont organisées en interne ou en externe, avec des formateurs, notamment des professeurs réputés ainsi que des cadres du Groupe considérés comme des experts dans leur domaine de compétence.

Enfin la LVMH House, créée à Londres en 1999, dédiée au développement des cadres dirigeants, a bénéficié d'un nouvel élan

en 2008 avec une participation record de 360 personnes au cours de 16 Forums. Lieu de partage et d'échange, ce centre a pour vocation de réunir les managers du monde entier et de leur proposer des forums axés sur des sujets stratégiques, tels que le leadership, la construction de marques de luxe, la connaissance des clients du luxe, l'innovation stratégique.

Une grande partie de la formation s'effectue également au quotidien sur le lieu même du travail et n'est pas comptabilisée dans les indicateurs présentés ci-dessous :

Effectif mondial	2008 ⁽¹⁾	2007	2006
Investissement formation (en millions d'euros)	57,9	54,7	52,1
Part de la masse salariale (en %)	2,6	2,7	2,8
Nombre moyen de jours de formation par salarié <input checked="" type="checkbox"/>	2,7	3,8	3,5
Coût moyen de la formation par salarié (en euros)	751	759	803
Salariés formés au cours de l'année (en %) <input checked="" type="checkbox"/>	63,5	70,0	70,6

(1) En 2008, mise en place d'une nouvelle définition plus restrictive des actions de formation à prendre en compte dans le reporting social mondial.

L'investissement formation réalisé en 2008 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 57,9 millions d'euros, soit 2,6 % de la masse salariale.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein reste stable à plus de 750 euros. Au cours de l'année 2008, le nombre total de jours de formation s'élève à 210 400 jours, soit un équivalent d'environ 950 personnes en formation à temps complet sur toute l'année. Ce volume de jours de formation est en régression de 24 % par rapport à 2007, suite à la mise en place en 2008 d'une nouvelle définition plus restrictive des actions de formation à prendre en compte dans le reporting social mondial.

D'autres indicateurs, comme le taux de pénétration de la formation et le nombre moyen de jours de formation par salarié, ont été également impactés. Ainsi, 63,5 % des salariés ont eu accès à la formation en 2008 et le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 2,7 jours. L'investissement formation est réparti entre les catégories professionnelles et les zones géographiques selon le tableau ci-dessous.

Répartition de l'investissement formation par zone géographique et catégorie professionnelle

	France	Europe ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Investissement formation (en millions d'euros)	26,3	9,8	8,4	5,1	6,7	1,5
Part de la masse salariale (en %)	3,6	2,1	1,7	3,0	2,6	2,5
Salariés formés au cours de l'année (en %)	67,6	60,0	54,1	81,2	64,4	72,3
dont : Cadres	70	67	59	73	67	64
Techniciens et Responsables d'équipe	69	60	26	77	67	75
Employés administratifs et Personnel de vente	59	59	60	83	63	72
Personnel de production	75	57	9	82	70	81

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

En outre, LVMH organise des séminaires d'intégration et de sensibilisation des nouveaux entrants à la culture du Groupe, à ses valeurs, à ses principes fondamentaux de management et à la connaissance de ses marques. Près de 19 200 salariés ont bénéficié de tels séminaires en 2008.

5.6 Hygiène et sécurité

En 2008, il a été dénombré 971 accidents de travail avec arrêt ☑ qui se sont traduits par 19 669 journées de travail perdues. 239 accidents de trajet ☑ ont également été recensés, occasionnant 6 137 journées de travail perdues.

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 ⁽¹⁾	Taux de gravité ⁽²⁾
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	184	13,41	0,38
Mode et Maroquinerie	210	4,91	0,10
Parfums et Cosmétiques	176	5,33	0,08
Montres et Joaillerie	6	1,38	0,01
Distribution sélective	391	8,23	0,16
Autres activités	4	1,65	0,01
Répartition par zone géographique			
France	450	15,05	0,39
Europe (hors France)	144	4,50	0,07
États-Unis	160	5,56	0,09
Japon	10	0,99	0,01
Asie (hors Japon)	125	4,30	0,07
Autres marchés	82	13,84	0,18
Groupe LVMH	2008	971 ☑	7,07 ☑
	2007 ⁽⁴⁾	989	9,17
			0,14 ☑

(1) 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 ⁽³⁾.

(2) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées ⁽³⁾.

(3) Pour les sociétés situées hors de France, le nombre total d'heures travaillées par salarié est estimé à 2 000 en équivalent temps plein.

(4) Les données 2007 intègrent sans distinction les accidents du travail et les accidents de trajet.

Plus de 13,7 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en 2008. Ces sommes intègrent les dépenses de médecine du travail, les équipements de protection et les programmes d'amélioration de la sécurité des personnes et de l'hygiène : mise en conformité des nouveaux équipements, signalisations, renouvellement des outils de protection, formation prévention incendie, réduction de l'impact du bruit.

Le montant global des dépenses et investissements relatifs à l'amélioration de l'hygiène, de la sécurité et des conditions de travail s'élève ainsi à 46 millions d'euros soit 2,1 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Près de 16 300 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe dans le monde.

Des groupes de travail réunissant les Directeurs des Ressources Humaines des Maisons ont défini et mis en œuvre des modules de formation destinés à prévenir les phénomènes de stress au travail. Ces groupes de travail ont été enrichis d'interventions de psychologues, victimologues et médecins spécialisés. À titre d'exemple, en collaboration avec l'IFAS (Institut Français d'Action sur le Stress) et l'OMSAD (Observatoire Médical du Stress de L'Anxiété et de la Dépression), la société Hennessy a mis en place une démarche visant à mesurer le niveau général de sur-stress dans l'entreprise, à identifier de manière collective les secteurs et populations sujets au stress afin de pouvoir mettre en place des actions de prévention.

D'autre part, des modules de formation relatifs à la prévention du harcèlement sont proposés aux équipes Ressources Humaines et aux dirigeants opérationnels des sociétés du Groupe. Une cinquantaine de collaborateurs ont d'ores et déjà participé à ces formations.

5.7 Relations professionnelles

5.7.1 Bilan des accords collectifs

En France, les sociétés du Groupe ont des Comités d'Entreprise, des Délégués du Personnel ainsi que des Comités d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail. Le Comité de Groupe a été institué en 1985.

Au cours de l'année 2008, les représentants du personnel ont participé à plus de 1 440 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'Entreprise	536
Délégués du Personnel	438
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	112
Autres	360
Total	1 446

Ces réunions ont notamment permis la signature de 95 accords d'entreprise, principalement dans le cadre de la négociation annuelle sur les salaires et le temps de travail et de l'intéressement des salariés (accords d'intéressement, Plan Épargne Entreprise). Plus spécifiquement, des accords relatifs à l'emploi des personnes handicapées, à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, au dialogue social ont été signés dans des sociétés du Groupe.

5.7.2 Œuvres sociales et prestations complémentaires

En 2008, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 14,1 millions d'euros, soit 1,9 % de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles par leur contribution aux Comités d'Entreprise.

Les frais de restauration du personnel représentent un budget de 12,6 millions d'euros.

5.8 Relations avec les tiers

5.8.1 Relations avec les fournisseurs

Les activités de production du Groupe sont implantées pour l'essentiel en France, en Espagne et en Italie et la majorité des sous-traitants se situe en Europe, ce qui facilite le respect, par ces partenaires, des valeurs de responsabilité sociale et de développement durable.

Au-delà des nombreuses initiatives et engagements des Maisons du Groupe, une démarche commune a été initiée dès 2007. Sous l'impulsion de la Direction Générale, les principaux responsables achats du Groupe, accompagnés par des experts en droit et ressources humaines, ont été mobilisés pour concrétiser plus fortement l'engagement de LVMH à travers le Code de Conduite Fournisseurs. Ce dernier matérialise l'ensemble des exigences constituant un socle commun auquel chacun devra se référer dans le cadre des relations entretenues avec les fournisseurs.

L'année 2008 a vu le déploiement et la mise en œuvre du Code de Conduite Fournisseurs. Chaque Maison s'est approprié ce Code en l'adaptant à son activité et en le renforçant pour répondre à des problématiques plus spécifiques le cas échéant.

Appliqué par toutes les Maisons, le respect du Code de Conduite Fournisseurs constitue une condition requise pour toute collaboration. Il institue des règles éthiques précises dans les domaines de la responsabilité sociale (liberté du travail, discrimination, harcèlement, travail des enfants, rémunérations, temps de travail, liberté syndicale, hygiène et sécurité...), de l'environnement (réduction des impacts, utilisation de technologies respectueuses de l'environnement, réduction des déchets, respect des réglementations et normes) et de la lutte anti-corruption. Ce Code de Conduite prévoit également le principe et les modalités du contrôle et de l'audit du respect de ces règles.

Parmi les nombreuses initiatives qui illustrent cet engagement, Moët & Chandon, par exemple, signe un engagement éthique avec ses sous-traitants, véritable cahier des charges qui concerne entre autres le respect de l'environnement et le respect des droits fondamentaux du travail ; des audits sont effectués auprès des fournisseurs. Sephora inclut le respect des droits des salariés, le non-travail des enfants, la non-discrimination, le respect du temps de travail et de l'environnement dans les cahiers des charges de ses fournisseurs. Louis Vuitton a mis en place une démarche éthique de pré-audits sociaux basée sur le respect des réglementations locales et des standards définis par la Norme SA 8000 qui se base sur les conventions de l'OIT : non-travail des enfants, conditions de travail, hygiène et sécurité, représentation et droit à la négociation collective, non-discrimination, pratiques disciplinaires, temps de travail et rémunération. Pour mener à bien un pré-audit social

de façon autonome, les acheteurs Louis Vuitton reçoivent une formation théorique présentant la démarche et les critères ainsi qu'une formation pratique sur le terrain en étant accompagnés par un auditeur social. Donna Karan International a conçu un « *Vendor Code of Conduct* » reprenant les principes fondamentaux du droit du travail et encourageant les plus hauts standards éthiques et un « *Vendor Profile Questionnaire* », document signé par le sous-traitant lors de la demande de pré-approbation. La société a également instauré un « *Vendor Compliance Agreement* » qui prévoit des audits indépendants des fournisseurs pour vérifier que les engagements sont respectés. De la même manière TAG Heuer demande à tous ses nouveaux fournisseurs étrangers un engagement écrit sur le respect des engagements de responsabilité sociale définis dans la norme SA 8000. Il en est de même pour les sociétés Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy et Guerlain qui ont mis en place des cahiers des charges comportant la conformité aux dispositions de cette norme. Une coordination régulière des responsables Achats assure, par ailleurs, la cohérence des pratiques en matière d'audit des fournisseurs afin de veiller à la bonne application des principes éthiques définis dans le Code de Conduite.

5.8.2 Impact territorial de l'activité en matière d'emploi et de développement régional

LVMH pratique une politique de maintien et de développement de l'emploi. Grâce au développement soutenu de ses marques, de nombreux emplois commerciaux sont créés dans l'ensemble des pays où le Groupe est présent, en particulier dans le cadre de l'extension du réseau de magasins en propre.

Les licenciements pour motif économique représentent 4 % des départs toutes causes confondues.

De nombreuses sociétés du Groupe sont implantées historiquement dans les provinces françaises et sont des acteurs incontournables du développement de l'emploi dans leurs régions respectives : Parfums Christian Dior à Saint-Jean de Braye, près d'Orléans, Veuve Clicquot Ponsardin et Moët & Chandon en Champagne, Hennessy à Cognac ont développé des politiques de relation et de communication avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines culturels, de l'éducation et de l'emploi. Sephora, qui déploie des magasins dans toute la France, et dont les deux tiers de l'effectif travaillent en dehors de la région parisienne, mène régulièrement des actions favorisant l'emploi local.

5.8.3 Relations avec les établissements d'enseignement et les associations d'insertion

Les sociétés du Groupe ont développé au niveau international de nombreux partenariats avec des écoles de gestion et des écoles d'ingénieurs, mais également avec les écoles de création et celles spécialisées dans les savoir-faire spécifiques des métiers du Groupe. Les principales sociétés participent plusieurs fois par an à des présentations sur les campus de ces écoles. Des cadres dirigeants du Groupe interviennent dans les enseignements de plusieurs programmes.

De nombreuses actions en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes sont entreprises afin de permettre à tout collaborateur de devenir acteur dans l'engagement sociétal du Groupe.

Signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe a considérablement développé l'apprentissage qui permet à des jeunes d'accéder plus facilement aux diplômes. Il est en augmentation de 16 % par rapport à l'année dernière avec 514 apprentis en France au 31 décembre 2008 dans l'ensemble des sociétés. Parmi les diverses actions, des journées d'accueil ou parcours d'intégration sont souvent proposés aux jeunes apprentis par les sociétés (Hennessy, Parfums Givenchy, Louis Vuitton, Le Bon Marché, TAG Heuer, etc.), afin de leur faire découvrir leurs métiers et produits. Les tuteurs sont également mis à l'honneur par les sociétés (Givenchy Couture, Le Bon Marché, etc.) pour leur implication dans la transmission des savoir-faire. Des initiatives similaires sont entreprises à l'étranger, en particulier au Brésil, où des jeunes issus de milieux défavorisés sont recrutés dans le cadre du programme « Menor Aprendiz ».

Les contacts et partenariats avec les organismes de formation, ainsi que les actions de proximité dans les établissements d'enseignement secondaire se sont développés en particulier avec les collèves classés « Ambition Réussite » (Celine) et d'autres sociétés sont également à l'initiative de la création de plusieurs cursus scolaires dans les différentes régions où elles interviennent.

À travers un partenariat avec « Nos Quartiers ont des Talents », premier réseau d'entreprises pour l'égalité des chances, des sociétés du Groupe (Guerlain, Parfums Givenchy, La Grande Épicerie de Paris...) ont multiplié les parrainages des jeunes diplômés issus de quartiers populaires. Des parrains, cadres expérimentés ou dirigeants de ces sociétés, assurent un suivi individuel des candidats en recherche d'emploi et les aident dans la détermination de leur projet professionnel.

Enfin, afin de favoriser l'intégration et l'insertion des jeunes par les études quel que soit leur milieu ou leur origine, LVMH finance dix bourses de l'association « Promotion des Talents ».

5.9 Respect des conventions internationales

La prise en considération, dans chaque décision, de l'homme, de sa liberté et de sa dignité, mais aussi de son épanouissement et de sa santé, est un pilier d'une doctrine de responsabilité à laquelle souscrivent l'ensemble des sociétés du Groupe.

De même, l'ensemble des sociétés du Groupe ont des politiques et des pratiques de respect de l'égalité des chances et traitement (sexe, race, religion, politique, etc.) telles que définies dans les conventions de l'Organisation Internationale du Travail. Cette culture et ces pratiques induisent également le respect de la liberté syndicale, le respect des personnes et l'interdiction du travail des enfants ainsi que du travail forcé.

6. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2008 le périmètre suivant :

- les sites de production et les entrepôts détenus et/ou exploités par les sociétés que le Groupe détient à plus de 50 % ou sur lesquelles est exercé un contrôle opérationnel ;
- les magasins français de Sephora, de Celine, de Guerlain et de Louis Vuitton, Le Bon Marché, les magasins de DFS et les principaux magasins de Fendi ;
- les principaux sites administratifs situés en France.

En 2008 le périmètre porte sur 432 sites (415 sites en 2007) ; 26 sites du périmètre sont exclus cette année. Les évolutions du périmètre par rapport à 2007 sont constituées de l'intégration de Make Up For Ever, de magasins et de sites administratifs Louis Vuitton, de nouveaux sites administratifs Moët-Hennessy, de nouveaux magasins DFS et de la cession de Glen Moray (Glen Moray a été consolidé sur une période de 6 mois uniquement).

Le reporting de 2008 n'intègre pas :

- l'impact sur l'environnement des bâtiments administratifs et des magasins exploités directement ou en franchise par les activités Parfums et Cosmétiques ainsi que Mode et Maroquinerie, sous réserve des marques mentionnées précédemment ;
- la production de déchets pour les magasins (à l'exception du Bon Marché et des DFS) ;
- les flottes de véhicules propriété du Groupe et utilisées pour les déplacements du personnel ;
- les consommations d'énergie liées aux transports de marchandises réalisés par des prestataires extérieurs ;
- les sociétés détenues à moins de 50 % ou sur lesquelles le Groupe n'exerce pas de contrôle opérationnel ;
- un certain nombre de boutiques à hauteur de 62 % des surfaces de vente ;
- un certain nombre de sites ne correspondant généralement pas à des sites de production ne sont pas intégrés en 2008 (BeneFit, Berluti, Donna Karan, Emilio Pucci, Fresh, Hublot, Marc Jacobs, StefanoBi, Thomas Pink, Wen Jun Distillery).

Par rapport au périmètre de consolidation comptable, le périmètre environnemental couvre en 2008 :

- 95 % en nombre des sites de production, entrepôts et sites administratifs du Groupe ;
- 38 % de la totalité des surfaces de vente du Groupe.

Pour les 62 % des surfaces de vente non intégrées à la consolidation comptable, des estimations à partir des données réelles ont été réalisées. Elles concernent la consommation d'eau et d'énergie ainsi que les émissions dans l'air de gaz à effet de serre et sont présentées sous forme de commentaires en complément des tableaux d'indicateurs.

Conformément au décret n° 2002-221 du 20 février 2002, dit « décret NRE », sont indiquées dans les paragraphes suivants la nature et l'importance des seuls impacts pertinents et significatifs au regard de l'activité. Les indicateurs retenus ont été sélectionnés par la Direction Environnement du Groupe et validés par les Commissaires aux Comptes. Depuis l'exercice 2002, le reporting environnemental Groupe annuel fait également l'objet d'une vérification par le département Environnement et Développement Durable d'Ernst & Young, Commissaire aux Comptes du Groupe : les indicateurs vérifiés sont identifiés par le symbole .

6.1 Consommation de ressources en eau, matières premières et énergie

6.1.1 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

Consommation d'eau par groupe d'activités

(besoins process, en m ³)	2008	2007	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	1 384 662	1 418 267	(2)
Mode et Maroquinerie	192 282	172 206	12
Parfums et Cosmétiques	364 483	369 952	(2)
Montres et Joaillerie	12 895	17 585 ⁽¹⁾	(27)
Distribution sélective	386 080	404 529	(5)
Holding	17 865	17 594	2
Total <input checked="" type="checkbox"/>	2 358 267	2 400 133	(2)

(1) Augmentation ponctuelle de la consommation en 2007 suite à un dysfonctionnement sur site.

L'utilisation de l'eau est nécessaire à la vie des vignes en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande en raison du climat. L'irrigation est étroitement encadrée par les autorités locales qui délivrent des autorisations. Le Groupe a de plus pris des mesures pour en limiter l'utilisation :

- récupération d'eau de pluie chez Domaine Chandon Californie, Domaine Chandon Australie, Bodegas Chandon Argentina ; en Californie, réutilisation d'eaux usées retraitées chez Domaine Chandon Carneros et récupération d'eaux de ruissellement par la création de lacs artificiels chez Newton et Cape Mentelle ;
- mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau : analyses de l'humidité du sol, des feuilles, inspections visuelles des vignes, adaptation de l'approvisionnement selon les besoins de chaque parcelle (Domaine Chandon Australie) ;

de vignes hors de France, l'irrigation n'étant pas pratiquée en France. 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 est à 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.

(en m ³)	2008	2007	Évolution (%)
Besoins process <input checked="" type="checkbox"/>	2 358 267	2 400 133	(2)
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	6 813 268	6 875 388	(1)

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a diminué de 2 % en valeur absolue entre 2007 et 2008 et atteint environ 2,36 millions de m³. 62 % des surfaces de vente ne sont pas intégrées à la consolidation comptable, leur consommation d'eau est estimée à 679 053 m³. À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les prélèvements d'eau représentent environ 2,9 milliards de m³ (données IFEN, 2006).

- pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte : entre 73 et 100 % des surfaces viticoles de chaque domaine sont désormais couvertes par cette pratique ;
- anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation (stations météorologiques chez Domaine Chandon Californie) ;
- vérifications périodiques des systèmes d'irrigation pour éviter les risques de fuites ;
- pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui limite l'utilisation de l'eau et améliore la qualité des raisins, la taille de la vigne permettant par ailleurs une concentration des arômes et de la couleur.

6.1.2 Consommation d'énergie

Celle-ci correspond à la somme des sources d'énergie primaires utilisées en interne (c'est-à-dire dont la combustion a lieu sur les sites du Groupe : fioul, butane, propane, gaz naturel) et des sources d'énergie secondaires utilisées en externe (énergies transformées générées par des combustions effectuées en dehors du site).

En 2008, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 502 796 MWh répartis entre les sources suivantes : 55 % d'électricité, 24 % de gaz naturel, 10 % de fioul lourd, 5 % de fioul, 4 % de vapeur, et 2 % de butane-propane. Cela représente une augmentation de 4 % par rapport à 2007.

Cette consommation provient, en ordre décroissant, des activités Vins et Spiritueux (39 %), Distribution sélective (28 %) Parfums et Cosmétiques (15 %) et Mode et Maroquinerie (15 %) ; les 3 % restants sont générés par les Montres et Joaillerie et l'activité administrative de la holding.

62 % des surfaces de vente ne sont pas intégrées à la consolidation comptable, leur consommation d'énergie est estimée à 214 163 MWh.

À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité sont de 123 000 000 MWh (données MINEFI, 2007) et celles de gaz de 154 000 000 MWh (données MINEFI, 2007).

Consommation d'énergie par groupe d'activités

(en MWh)	2008	2007	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	193 318	211 311	(9) ⁽¹⁾
Mode et Maroquinerie	77 473	63 765	22 ⁽²⁾
Parfums et Cosmétiques	74 177	74 357	-
Montres et Joaillerie	7 661	11 143	(31) ⁽³⁾
Distribution sélective	144 432	117 969	22 ⁽⁴⁾
Holding	5 735	5 607	2
Total <input checked="" type="checkbox"/>	502 796	484 152	4

(1) Évolution liée à la fermeture momentanée d'un site pour travaux et à l'évolution du périmètre.

(2) Évolution liée à l'augmentation de l'activité et à l'intégration de nouveaux sites.

(3) Évolution liée à la mise en œuvre de nouveaux procédés plus économes en énergie.

(4) Évolution liée à l'intégration de nouveaux magasins DFS.

Consommation par source d'énergie en 2008

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Fioul	Vapeur	Butane Propane
Vins et Spiritueux	63 357	50 896	49 278	10 130	14 556	5 101
Mode et Maroquinerie	56 850	16 371	-	920	356	2 976
Parfums et Cosmétiques	37 840	34 078	20	98	2 141	-
Montres et Joaillerie	4 129	2 503	-	1 029	-	-
Distribution sélective	115 399	10 343	24	13 592	5 074	-
Holding	4 576	433	-	34	692	-
Total	282 151	114 624	49 322	25 803	22 819	8 077

6.1.3 Consommation de matières premières

Étant donné la variété des activités du Groupe et donc la multiplicité des matières premières utilisées, le seul critère significatif, pertinent et commun à toutes les Maisons retenu pour l'analyse de la consommation de matières premières est la quantité, en tonnes, d'emballages primaires et secondaires mis sur le marché :

- Vins et Spiritueux : bouteilles, cartons, capsules...

- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...

- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis...

- Montres et Joaillerie : étuis et écrins...

- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets...

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

Emballages mis sur le marché

(en MWh)	2008	2007	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	147 728	152 089	(3)
Mode et Maroquinerie	5 266	5 136	3
Parfums et Cosmétiques	23 887	21 261	12 ⁽¹⁾
Montres et Joaillerie	421	512	(18)
Distribution sélective	1 538	1 373	12
Total <input checked="" type="checkbox"/>	178 840	180 371	(1)

(1) Évolution liée à l'augmentation de l'activité et à l'intégration de Make Up For Ever.

Répartition du poids total d'emballages consommés, par type de matériau, en 2008

(en tonnes)	Verres	Papier-carton	Plastiques	Métal	Autres matériaux d'emballage
Vins et Spiritueux	126 294	17 362	1 379	1 204	1 489
Mode et Maroquinerie	-	4 523	2	14	727
Parfums et Cosmétiques	11 014	5 085	6 096	812	880
Montres et Joaillerie	-	413	-	-	8
Distribution sélective	235	260	957	50	36
Total	137 543	27 643	8 434	2 080	3 140

La prise en compte de l'environnement dans la conception de nos produits se généralise. Après Ecopublicité en 2007 ou l'outil d'éco-conception de Moët & Chandon, d'autres dispositifs ont été mis en place pour mesurer l'impact sur l'environnement des décisions prises. Sous l'impulsion de Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Kenzo et Parfums Givenchy ont élaboré ensemble un outil d'évaluation de la performance environnementale des emballages. Dès le développement, les éléments suivants sont pris en compte : séparabilité des matériaux, volume, poids, utilisation de recharges, et recours à des matériaux plus respectueux de l'environnement. Tout en conservant l'extrême qualité de ses produits, Loewe a fortement augmenté le taux d'utilisation des peaux destinées à la fabrication des sacs ; celui-ci avoisine maintenant 70 % alors qu'il pouvait être de 50 % dans certains cas. Louis Vuitton poursuit sa démarche de substitution des produits à base de solvants par des produits à base d'eau, comme pour le cuir verni ou les colles utilisées en maroquinerie. Des audits énergétiques et une analyse de cycle de vie du concept magasin ont également été menés. Ils ont permis d'identifier les prochaines pistes d'amélioration pour l'éclairage, la climatisation ou la conception du mobilier.

6.2 Conditions d'utilisation des sols ; rejets dans l'air, l'eau et le sol

6.2.1 Utilisation des sols

Les pollutions du sol liées aux implantations anciennes (élaboration du cognac, des vins et du champagne, fabrication des malles) ne

sont pas significatives. Les sites de production plus récents sont généralement implantés sur d'anciennes terres agricoles sans pollution provenant du passé. Enfin, en dehors de la viticulture, les activités de production du Groupe utilisent peu les sols.

La pratique de la viticulture raisonnée, méthode alliant une grande technicité au respect de la tradition, recouvre toutes les étapes de la vie du vignoble. Utilisée depuis plusieurs années par le groupe d'activités Vins et Spiritueux, elle a été encore développée cette année. Ainsi, Moët & Chandon à l'aide d'équipements permettant des applications très localisées continue de réduire l'utilisation de produits phytosanitaires, - 34 % d'herbicides en 2008 par rapport à 2005. Le déploiement de surfaces enherbées ainsi que l'expérimentation de semis de céréales d'hiver contribuent également à la réduction de la consommation des produits phytosanitaires. Cloudy Bay, qui a diminué de 30 % ses effluents aqueux par tonne de raisin produite, progresse dans la viticulture biologique par la plantation d'eucalyptus permettant de valoriser les co-produits de la vigne et de fixer le carbone et par la mise en place sur son site d'Omaka Valley de nichoirs à faucons, prédateurs naturels des insectes, particulièrement nuisibles pour le raisin mûr.

Pour Veuve Clicquot, l'enherbement partiel ou maîtrisé couvre en 2008 70 % des surfaces de son vignoble. En 2009, 80 % du vignoble sera couvert et le développement du travail du sol sous le rang initié. La mise en œuvre de la confusion sexuelle (technique alternative à l'utilisation d'insecticides) est également réalisée sur 70 % des surfaces. Le déploiement de la Viticulture Durable auprès des vignerons livreurs de raisins se poursuit et concerne à ce jour 90 % des apports de raisins.

Des pratiques de viticulture raisonnée sont également mises en œuvre par les Maisons d'Estates & Wines en Australie, Nouvelle-Zélande et Californie : développement de l'enherbement, solutions alternatives à l'utilisation de certains insecticides, contrôle de l'érosion des sols... Cape Mentelle a converti une partie de son vignoble en viticulture biologique.

6.2.2 Émissions dans l'air de gaz à effet de serre

Compte tenu des activités du Groupe, les seules émissions pouvant affecter significativement l'environnement sont les gaz à effet de serre.

Les émissions de gaz à effet de serre estimées en tonne équivalent CO₂ (dioxyde de carbone) proviennent de la consommation d'énergie des sites, définie dans le paragraphe 6.1.2. Elles incluent les émissions directes (combustion sur site) et les émissions indirectes (provenant de la production d'électricité et de vapeur utilisée par les sites). Les facteurs d'émission de CO₂ sont mis à jour chaque année pour chaque source d'énergie et notamment l'électricité. Cette mise à jour peut être à l'origine d'évolution significative.

Répartition des émissions par activité en 2008

(en tonnes équivalent CO ₂)	Émissions de CO ₂ en 2008	Dont :		Émissions de CO ₂ en 2007	Évolution (%)
		Émissions de CO ₂ directes	Émissions de CO ₂ indirectes		
Vins et Spiritueux	49 087	28 315	20 772	51 217	(4)
Mode et Maroquinerie	17 463	4 315	13 148	13 661	28 ⁽¹⁾
Parfums et Cosmétiques	12 023	7 052	4 971	10 914	10
Montres et Joaillerie	879	757	122	1 760	(50) ⁽²⁾
Distribution sélective	45 992	5 821	40 171	32 083	43 ⁽³⁾
Holding	676	98	578	606	12
Total <input checked="" type="checkbox"/>	126 120	46 358	79 762	110 241	14

(1) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites.

(2) Évolution liée à la mise en œuvre de nouveaux procédés plus économes en énergie.

(3) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites.

Les surfaces de vente non incluses dans la consolidation (62 % des surfaces de vente totales) génèrent des émissions dans l'air de gaz à effet de serre estimées à 112 378 tonnes équivalent CO₂.

LVMH poursuit ses efforts pour réduire et optimiser ses consommations d'énergie. Première étape indispensable dans la lutte contre le changement climatique, le Bilan Carbone® sert à évaluer les émissions de gaz à effet de serre directes ou induites par son activité pour ensuite mettre en place les actions de réduction et d'amélioration prioritaires. Précurseur dans ce domaine, le groupe LVMH le déploie depuis plusieurs années déjà : Hennessy, Parfums Christian Dior, Louis Vuitton, Moët & Chandon et Veuve Clicquot ont été les pionniers. En 2008, ce sont Parfums Kenzo, Guerlain et Domaine Chandon Australia qui ont réalisé leur propre Bilan Carbone®. D'autres sont en cours chez Parfums Givenchy et au Bon Marché. Plusieurs Maisons se sont également fixé des objectifs de réduction des émissions comme Guerlain avec un objectif ambitieux de - 12 % entre 2007 et 2010.

Le Bilan Carbone® constitue un outil puissant de communication interne et d'aide à la décision tout comme les diagnostics énergétiques qui lui sont souvent associés. Guerlain par exemple a réalisé un audit énergétique sur l'ensemble de ses sites qui a permis d'estimer les prévisions d'investissement pour les prochaines années : amélioration de l'éclairage en boutique, étude sur les

énergies renouvelables... De même, Le Bon Marché et Parfums Christian Dior ont dressé un plan d'amélioration des équipements à partir des résultats de leur audit. Le parfumeur, par exemple, s'est déjà fixé des objectifs ambitieux de réduction des consommations par rapport à 2007 : - 11 % pour l'électricité, en optimisant éclairage et climatisation des locaux, et - 30 % pour le gaz, grâce notamment à la récupération de la chaleur des procédés pour produire de l'eau chaude sanitaire.

De son côté, Moët & Chandon a cartographié les consommations énergétiques et identifié les potentiels d'économie du site de Ruinart à Reims et a réalisé une thermographie infrarouge par voie aérienne de tous ses bâtiments d'Épernay, en partenariat avec la Ville.

Concernant les transports, un des leviers d'action fondamentaux pour le Groupe, Louis Vuitton, Veuve Clicquot et Moët & Chandon ont décidé de privilégier la voie fluviale en alternative à la route pour les trajets de Gennevilliers au Havre avant exportation. Pour les champagnes du Groupe, le potentiel de réduction a déjà été estimé à 500 tonnes équivalent CO₂. Le transport des personnes est également concerné. Ainsi, le lancement du Plan de Déplacement Entreprise de Parfums Christian Dior a suscité un fort écho : plus de 70 % des salariés ont répondu au questionnaire initiant la recherche d'alternatives à la voiture individuelle. Hennessy continue à privilégier le transport de ses produits par bateau,

mode de transport qui émet 85 fois moins de gaz à effet de serre que l'avion : 88 % en tonnes.kilomètres des produits Hennessy ont été ainsi expédiés par ce mode de transport, 9 % par la route et 2 % par le rail.

6.2.3 Émissions dans l'eau

Les émissions significatives, pertinentes et retenues sont les rejets de substances concourant à l'eutrophisation par les activités Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques. 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 détenues en propres ou dans les stations externes avec lesquelles les sites ont des conventions. Sont considérées comme traitées les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage. En 2008, les rejets de DCO ont diminué de 33 %.

DCO après traitement (tonnes/an)	2008	2007	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	1 395,9	1 996,5	(30) ⁽¹⁾
Parfums et Cosmétiques	16,1	102,0	(84) ⁽²⁾
Total <input checked="" type="checkbox"/>	1 412	2 098,5	(33)

(1) Évolution liée à la fermeture momentanée d'un site pour travaux et à l'évolution du périmètre.

(2) Évolution liée à l'amélioration du suivi des rejets.

6.2.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 88 % des déchets ont été valorisés en 2008 (94 % en 2007). Cette baisse est liée à la cession d'un site avec une importante production de déchets valorisés. Parallèlement, la production de déchets a diminué de 10 % en 2008.

Sont considérés comme déchets valorisés ceux dont la destination finale correspond 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.

En 2008, Domaine Chandon Australia a construit une plateforme de compostage de ses déchets verts qui sont ainsi recyclés à 100 %. Moët & Chandon a poursuivi son expérimentation de valorisation des souches de vignes après arrachage. Basé sur deux techniques de valorisation, le compostage du bois et la valorisation énergétique, ce projet est développé en partenariat avec un prestataire de service et pourra être étendu à l'avenir à l'ensemble de la Champagne. 800 tonnes ont été valorisées en 2008.

Déchets produits en 2008

(en tonnes)	Déchets dangereux en 2008 ⁽¹⁾	Déchets produits en 2008	Déchets produits en 2007	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	192	57 446	69 262	(17) ⁽³⁾
Mode et Maroquinerie	64	6 304	5 129	23 ⁽⁴⁾
Parfums et Cosmétiques	738 ⁽²⁾	7 143	6 735	6
Montres et Joaillerie	27	222	223	-
Distribution sélective	12	4 266	3 143	36 ⁽⁴⁾
Holding	1	706	480	47 ⁽⁴⁾
Total <input checked="" type="checkbox"/>	1 034	76 087	84 972	(10)

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

(2) Certains produits écartés du circuit de production sont assimilés à des déchets dangereux et sont traités dans la filière « déchets dangereux » pour éviter toute contrefaçon.

(3) Évolution liée à la fermeture momentanée d'un site pour travaux et à l'évolution du périmètre.

(4) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites Louis Vuitton, DFS et Moët Hennessy.

Valorisation des déchets en 2008

(en %)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	29	59	3	91
Mode et Maroquinerie	2	42	16	60
Parfums et Cosmétiques	7	56	30	93
Montres et Joaillerie	-	41	35	76
Distribution sélective	-	50	32	82
Holding	-	34	32	66
Total <input checked="" type="checkbox"/>	22	57	9	88

6.3 Mesures prises pour limiter les atteintes à l'équilibre biologique, aux milieux naturels, aux espèces animales et végétales protégées

Les activités Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie ont mis en place des procédures pour renforcer le respect 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.

Dans les activités Parfums et Cosmétiques, les laboratoires interrogent leurs partenaires sur la biodiversité et la biodisponibilité de chaque nouvelle plante étudiée. Dans le cadre de l'exploitation, les sociétés de la branche s'attachent à ne pas utiliser de plantes protégées, rares, menacées mais des plantes communément utilisées ou cultivées spécifiquement pour les besoins de l'activité.

Suivant l'exemple de Parfums Christian Dior, qui depuis 1989 a annoncé publiquement sa décision, les différentes marques du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques ne pratiquent plus de tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits cosmétiques. En outre, depuis plusieurs années, LVMH, en collaboration avec des équipes universitaires, a mis en place un programme de recherche visant à développer de nouvelles méthodes alternatives, en particulier dans le domaine de l'allergie. Les toxicologues du Groupe ont également participé au groupe de validation ayant permis la reconnaissance officielle de plusieurs méthodes alternatives : phototoxicité, irritation oculaire, pénétration cutanée.

6.4 Organisation de la protection de l'environnement au sein du Groupe

6.4.1 Organisation

Il existe au sein du Groupe une direction de l'environnement depuis 1992. En 2001, LVMH a établi une « Charte environnementale » signée par le Président du Groupe qui demande à chaque Maison de s'engager à mettre en place un système de management de l'environnement efficace, de réfléchir collectivement aux enjeux environnementaux liés aux produits, de gérer les risques et

d'utiliser les meilleures pratiques environnementales. En 2003, Bernard Arnault a adhéré au Pacte Mondial (Global Compact) des Nations Unies, il a également ratifié en 2007 les Objectifs du Millénaire de Gordon Brown.

Le Groupe s'engage ainsi à :

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

La Direction de l'Environnement du Groupe a été mise en place pour :

- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, dans le respect de la Charte LVMH ;
- entreprendre des audits environnementaux pour évaluer la performance environnementale des Maisons ;
- assurer la veille réglementaire et technique ;
- créer des outils de gestion ;
- aider les sociétés du Groupe à prévenir les risques ;
- former et sensibiliser les collaborateurs à tout niveau hiérarchique ;
- définir et consolider les indicateurs environnementaux ;
- travailler avec les diverses parties prenantes (associations, agences de rating, pouvoirs publics...).

La Charte Environnement LVMH prévoit une appropriation par les différentes Maisons du Groupe qui doivent la décliner en interne en fonction de leurs propres activités. Non seulement les Maisons se sont toutes engagées dans un système de management environnemental mais elles sont toujours plus nombreuses à se doter de leur propre commission environnement pour déployer la démarche en interne. C'est le cas en 2008 cette année de Domaine Chandon California qui a créé sa « Green Team » en janvier pour relayer les dispositions du Groupe à l'ensemble de ses collaborateurs et fédérer les informations sur les efforts de la Maison dans le domaine. Celine a également créé sa propre commission environnement, « CIEL », qui anime et rend compte de l'avancement du plan d'actions qu'elle applique dans ses deux

sièges et dans son centre de production de Florence. Le Bon Marché a lancé en juin un comité environnement qui regroupe pas moins de quatorze représentants des différents secteurs du magasin. Appelé Cosmos, ce comité a élaboré un plan d'actions pour 2009. La Maison avait déjà réalisé un audit énergétique dont les résultats ont permis de fixer un objectif de réduction de 20 % des consommations d'énergie. Guerlain travaille aussi dans le cadre de sa nouvelle commission développement durable, autour de quatre axes prioritaires : l'éco-conception, les relations avec les fournisseurs, l'éco-citoyenneté et les transports. Des objectifs et des outils de suivi des actions ont été mis en place pour chacun de ces axes.

Les correspondants environnement des sociétés du Groupe sont réunis dans la « Commission Environnement LVMH », animée par la Direction de l'Environnement du Groupe. Ils échangent via des réunions trimestrielles et un Extranet Environnement Groupe, LVMHMind, accessible à tous.

Les sociétés de la quasi-totalité des branches du Groupe ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total de 18 489 heures soit une augmentation de 11 % par rapport à 2007 (16 726 heures).

Les cadres rejoignant le Groupe reçoivent une information sur la politique environnementale du Groupe, les outils disponibles et le réseau environnement dans le cadre du séminaire d'intégration.

Au-delà de ces initiatives, les Maisons du Groupe assurent également la diffusion d'informations sur l'environnement :

- après le partage de sa Charte Environnement avec l'ensemble de ses collaborateurs lors de la convention annuelle 2007, Parfums Christian Dior a organisé en septembre 2008 un événement mobilisateur : la Semaine de l'Environnement. À cette occasion, l'ensemble des 1 400 collaborateurs ont pu participer à un circuit-découverte et à des conférences-débats illustrant la prise en compte de l'environnement dans les métiers de Parfums Christian Dior, ainsi qu'à des ateliers ludiques sur la biodiversité, les matières premières naturelles, le tri des déchets ou l'éco-conduite. Chaque trimestre, les projets et les progrès sont partagés dans le journal interne, My Dior ;
- le 22 avril 2008 lors de la Journée de la Terre, DFS a lancé une grande campagne de sensibilisation aux changements climatiques. Dans chaque magasin, un îlot présentait plus d'une centaine de gestes verts à adopter pour réduire son empreinte carbone. Chaque collaborateur, chaque client pouvait en lister quelques-uns sur un support spécifique qu'il s'engageait à respecter. Tous ont été affichés sur les îlots pour symboliser la nécessité d'un engagement collectif ;
- Louis Vuitton a mené des campagnes de communication internes appuyées sur des événements à caractère national ou international. Ainsi, une exposition thématique et un jeu de cartes sous forme de quiz ont été réalisés pour la Semaine du Développement Durable. Des affiches sur la mobilité durable et sur les bonnes pratiques de la Maison ont été conçues pour la

Semaine de la Mobilité Européenne qui a aussi été l'occasion de lancer un appel à engagement pour sélectionner deux actions remarquables à promouvoir en atelier ou en magasin ;

- comme chaque année, la holding a aussi participé à la Semaine du Développement Durable en axant cette fois son intervention sur le coton – et plus particulièrement le coton biologique – avec une large diffusion du film d'Erik Orsenna « Sur les routes du coton » et l'appel à des experts dans le cadre de conférences-débats.

6.4.2 Démarches d'évaluation ou de certification

Chaque société du Groupe est responsable localement et doit, conformément à la Charte Environnement LVMH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement, notamment en définissant sa propre politique environnementale et en se fixant des objectifs. Chaque société a à sa disposition le guide d'auto-évaluation LVMH et peut, si elle le souhaite, faire certifier son système ISO 14001 ou EMAS.

Le Groupe demande à l'ensemble des Maisons de mettre en œuvre un système de management de l'environnement. Après les certifications déjà renouvelées d'Hennessy, de Veuve Clicquot, de Moët & Chandon ainsi que celle de Belvedere et de la plateforme logistique de Louis Vuitton et de son atelier de Barbera, le mouvement est enclenché et les autres Maisons du Groupe se mettent à la tâche. Poursuivant sa démarche, Louis Vuitton a obtenu la certification ISO 14001 pour son siège parisien du Pont Neuf et prépare celle de son entrepôt central et de ses ateliers de production. D'autres Maisons comme Parfums Christian Dior, Guerlain ou Glenmorangie se lancent aussi dans la certification.

En 2008, Veuve Clicquot et Moët & Chandon ont obtenu la certification ISO 22000, la norme spécifique à la gestion de la sécurité des aliments. Couvrant toutes les activités de la chaîne alimentaire, l'ISO 22000 vise à harmoniser les pratiques de management de la sécurité des aliments de manière à garantir une sécurité maximale. Pour la prévention des risques, voir 2.2 Risques industriels et environnementaux.

Depuis l'exercice 2002, le reporting environnemental Groupe annuel fait l'objet d'une vérification par le département Environnement et Développement Durable d'Ernst & Young, commissaire aux comptes du Groupe.

6.4.3 Mesures prises pour assurer la conformité de l'activité aux dispositions législatives et réglementaires

Pour assurer ce suivi, les sociétés du Groupe sont régulièrement auditées, que ce soit par des tiers externes, des assureurs, ou des auditeurs internes, ce qui leur permet de tenir à jour leur plan de suivi de conformité. En 2008, 52 audits environnement externes (☑) et 46 audits environnement internes (☑) ont été effectués sur les sites, une augmentation de 17 % par rapport à 2007. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, sur l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver : gestion des déchets,

de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement ; il donne lieu à un rapport écrit et à des recommandations.

Ce chiffre ne couvre pas les nombreux contrôles de conformité pouvant porter sur un point spécifique de réglementation environnementale, contrôle du tri des déchets par exemple, réalisés périodiquement par les sociétés du Groupe sur leurs sites. À ces contrôles s'ajoute depuis 2003 une revue de la conformité réglementaire environnementale par les compagnies d'assurances, qui ont intégré un volet environnement lors des visites d'ingénierie incendie sur les sites des sociétés du Groupe ; 30 sites du Groupe ont été ainsi évalués en 2008.

Les principales mesures de mise en conformité vis-à-vis de la législation et la réglementation environnementales en 2007 concernent la mise en œuvre du règlement REACH pour l'ensemble des activités du Groupe ainsi que la mise en place des contributions financières pour les articles textiles mis sur le marché français et pour les imprimés non sollicités distribués sur le territoire français.

Le site de Saint-Jean de Braye de Parfums Christian Dior poursuit l'actualisation de son dossier d'autorisation d'exploiter.

6.4.4 Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité sur l'environnement

Les postes de dépenses environnementales ont été comptabilisés en suivant les recommandations de l'avis du Conseil National de la Comptabilité (CNC). 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 2008, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est réparti comme suit :

- charges d'exploitation : 7,1 millions d'euros ;
- investissements : 5,1 millions d'euros.

6.4.5 Montant des provisions et garanties pour risques ; indemnités versées en exécution d'une décision judiciaire

Aucune provision pour risques environnementaux n'a été constituée au titre de l'exercice 2008.

6.4.6 Objectifs que le Groupe assigne à ses filiales à l'étranger

Chaque filiale, quelle que soit sa situation géographique, applique la politique environnementale du Groupe telle que définie par la Charte. Celle-ci prévoit la mise en place d'objectifs environnementaux pour chacune d'entre elles ainsi que la remontée d'indicateurs annuels inclus dans le présent chapitre.

6.4.7 Sécurité du consommateur

La sécurité de la santé humaine en sélectionnant en amont les ingrédients utilisés dans la fabrication des produits et en déterminant les méthodes de production alternatives appropriées est une priorité pour le groupe LVMH.

Les produits cosmétiques fabriqués ou vendus sur le territoire européen sont réglementés par la directive 76/768/CEE du Conseil Européen considérée par les experts comme l'un des textes les plus sévères parmi ceux réglementant les produits cosmétiques au niveau mondial ; celle-ci réglemente toutes les substances utilisées par l'industrie cosmétique et impose la réalisation d'une évaluation du risque pour chaque produit mis sur le marché, prenant en compte les conditions d'emploi. Par ailleurs, le comité scientifique des produits de consommation (SCCP) de la Commission européenne évalue la sécurité des substances utilisées dans les produits cosmétiques de façon constante.

Le Groupe veille particulièrement au respect des textes réglementaires, avis des comités scientifiques et recommandations des associations professionnelles ; au-delà de ces textes, les toxicologues du Groupe, responsables de la sécurité des produits, prenant en compte les évolutions scientifiques, fixent les règles qui s'imposent aux fournisseurs et aux équipes de développement.

Les experts participent régulièrement aux groupes de travail des autorités nationales et européennes et sont très actifs dans les organisations professionnelles.

Dans le domaine de l'environnement, l'évolution des connaissances scientifiques et/ou de la réglementation conduit parfois le Groupe à la substitution de certains ingrédients. Ainsi par exemple, les Maisons de Parfums et Cosmétiques du Groupe ne développent pas de produits contenant du triclosan, des phtalates ou des conservateurs générateurs de formaldéhyde. Par ailleurs, suivant l'exemple de Parfums Christian Dior, qui depuis 1989 a annoncé publiquement sa décision, les différentes marques de Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH ne pratiquent plus de tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits cosmétiques et investissent ensemble de façon vigoureuse dans la recherche de tests alternatifs, en particulier dans le domaine de l'allergie avec des partenaires de la recherche fondamentale, ainsi que dans le domaine de la toxicité systémique dans le cadre du Colipa, la fédération européenne des fabricants de produits cosmétiques.

Dans le domaine des Vins et Spiritueux, LVMH prône la consommation responsable : boire moins mais mieux. Membre fondateur d'Entreprise et Prévention, association créée il y a une quinzaine d'années, le Groupe est une force de proposition auprès des pouvoirs publics pour encourager la consommation responsable. Également engagé au sein du Forum Européen Alcool et Santé créé par la Commission européenne, Moët Hennessy participe à la définition des futures politiques alcool qui seront mises en place dans les États Membres. Les maisons de Vins et

Spiritueux pratiquent une politique de marketing responsable conformément au code de marketing Moët Hennessy. Croyant en l'efficacité d'un travail ciblé, Moët Hennessy développe de multiples initiatives en direction de son personnel ou même des visiteurs qui découvrent les sites d'élaboration des Vins et Spiritueux du Groupe. Enfin, l'adoption d'une Charte en faveur d'une Consommation Responsable d'Alcool a permis au Groupe d'exprimer ses fortes convictions en la matière et d'inviter tous ses partenaires à le suivre dans cette vision d'avenir.

7. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

7.1 Production

Vins et Spiritueux

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

(en hectares)	2008		2007	
	TOTAL	dont en production	TOTAL	dont en production
France :				
Appellation Champagne	1 805	1 684	1 788	1 671
Appellation Cognac	246	179	220	185
Yquem	190	98	190	98
Étranger :				
Californie (États-Unis)	473	364	464	320
Argentine	1 369	903	1 369	820
Australie, Nouvelle-Zélande	594	475	543	400
Brésil	232	59	232	62
Espagne	51	41		

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

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des « wineries », des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Espagne, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, en Grande-Bretagne et en Pologne. L'ensemble représente environ 755 000 m² en France et 230 000 m² à l'étranger.

À noter la cession d'entrepôts et d'unités de production de whisky en Écosse.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses dix-huit ateliers de fabrication de maroquinerie qui se trouvent essentiellement en France, bien que des ateliers importants soient également situés près de Barcelone en Espagne, à San Dimas en Californie et en Roumanie (pour ce dernier, cela ne concerne que la fabrication de composants pour les souliers et la maroquinerie). Les entrepôts sont la propriété de la société en France mais sont en location dans le reste du monde. L'ensemble des ateliers et entrepôts en propriété représente environ 190 000 m² : à noter la cession d'une partie du centre logistique en région parisienne courant 2008.

Fendi est propriétaire de son site de production près de Florence en Italie.

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

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

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

Les autres installations utilisées par le groupe d'activités sont en location, ou comprises dans des prestations de sous-traitance industrielles.

Parfums et Cosmétiques

Les installations de Recherche et Développement des activités Parfums et Cosmétique du Groupe, de fabrication et de distribution de Parfums Christian Dior, près d'Orléans en France, sont la propriété de Parfums Christian Dior, l'ensemble représentant 122 000 m².

Les deux centres de production de Chartres et Orphin en France appartiennent à Guerlain, l'ensemble représentant environ 27 000 m².

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

La Brosse et Dupont possède des ateliers de production, des entrepôts et des bureaux en France et en Pologne ; l'ensemble représente une surface totale d'environ 50 000 m².

Montres et Joaillerie

TAG Heuer loue l'ensemble de ses installations industrielles en Suisse à La Chaux-de-Fonds et dans le Jura Suisse.

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

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

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

7.2 Distribution

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

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins de Tokyo, Guam, Hawaï, Séoul, Taipei, Sydney, Rome, Gênes, Cannes, et Saint-Tropez ; l'ensemble représente environ 10 000 m².

Celine et Loewe sont également propriétaires de certains magasins, à Paris et en Espagne.

Dans la Distribution sélective :

- les enseignes parisiennes du Bon Marché et de Franck et Fils sont propriétaires de leurs magasins, qui représentent des surfaces de vente d'environ 70 000 m² ;

- DFS est propriétaire de ses magasins de Waikiki (Hawaii), Tumon Bay Galleria (Guam) et Saipan.

Au 31 décembre 2008, ce réseau de magasins est réparti de la façon suivante :

(en nombre de magasins)	2008	2007	2006
France	331	306	288
Europe (hors France)	596	523	456
États-Unis	531	462	394
Japon	256	253	278
Asie (hors Japon)	485	409	363
Autres marchés	115	95	80
Total	2 314	2 048	1 859

(en nombre de magasins)	2008	2007	2006
Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton	425	390	368
Autres marques	665	599	586
	1 090	989	954
Parfums et Cosmétiques	62	55	48
Montres et Joaillerie	104	90	82
Distribution sélective : Sephora	898	756	621
Autres	155	153	149
	1 053	909	770
Autres	5	5	5
Total	2 314	2 048	1 859

7.3 Établissements administratifs et immeubles locatifs

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

Le Groupe détient 40 % de la société propriétaire de l'immeuble où se trouve son siège social avenue Montaigne à Paris ; le Groupe détient en outre trois immeubles à New York (environ 19 000 m²) et un immeuble à Osaka (environ 5 000 m²) hébergeant des filiales.

Enfin, le Groupe est propriétaire d'immeubles locatifs, essentiellement à Paris, principalement autour de la Samaritaine et du Bon Marché, représentant environ 50 000 m².

Le parc immobilier utilisé précédemment pour l'exploitation commerciale de la Samaritaine fait l'objet d'un projet de reconversion en cours de validation par la mairie de Paris.

8. 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.

À la suite de la décision rendue en mars 2006 par le Conseil de la Concurrence dans le secteur de la parfumerie de luxe en France, et de l'arrêt rendu le 26 juin 2007 par la Cour d'Appel de Paris, les sociétés concernées du Groupe avaient formé un pourvoi en cassation. En juillet 2008, la Cour de Cassation a cassé l'arrêt de la Cour d'Appel de Paris et renvoyé l'affaire devant la même juridiction, autrement composée. La Cour d'Appel devrait rendre sa décision d'ici à la fin de l'année 2009.

En 2006, Louis Vuitton Malletier, ainsi que les sociétés françaises de Parfums et Cosmétiques, ont assigné eBay devant le Tribunal de Commerce de Paris. Louis Vuitton Malletier demandait réparation du préjudice causé par la participation de eBay à la

commercialisation de produits de contrefaçon et son refus de mettre en place les procédures appropriées en vue de prévenir la vente de tels produits sur son site. Les marques de Parfums et Cosmétiques poursuivaient eBay pour atteinte à leurs réseaux de distribution sélective. Par jugement du 30 juin 2008, le Tribunal de Commerce de Paris a fait droit aux demandes formulées par LVMH, condamnant eBay à verser 19,3 millions d'euros à Louis Vuitton Malletier et 3,2 millions d'euros aux sociétés de Parfums et Cosmétiques du Groupe. Le Tribunal a également enjoint à eBay de cesser la diffusion d'annonces portant sur des parfums et cosmétiques de marques Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo sous astreinte de 50 000 euros par jour. eBay a interjeté appel du jugement. Par ordonnance du 11 juillet 2008, le Président de la Cour d'Appel de Paris a rejeté la demande, formée par eBay, d'arrêt de l'exécution provisoire ordonnée par le Tribunal de Commerce. L'affaire est pendante devant la Cour d'Appel de Paris.

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

9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'Administration, le 5 février 2009, ainsi qu'à la date d'établissement de ce document, aucun événement significatif n'est intervenu.

10. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

Compte tenu de la visibilité faible sur la durée et l'ampleur de la crise économique et financière que le monde traverse, LVMH continue de déployer une grande rigueur de gestion dans l'ensemble de ses métiers. Le Groupe va mobiliser ses ressources dans les activités et les marchés les plus rentables et poursuivre sa stratégie de croissance interne en capitalisant sur la position de leader mondial de ses marques.

Fort de la flexibilité de son organisation et de la bonne répartition entre ses différents métiers et les zones géographiques où il opère, LVMH se fixe comme objectif en 2009 de renforcer encore son avance sur le marché du luxe dans le monde.

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE

	<i>Page</i>
1. PRÉPARATION ET ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	68
2. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE	71
3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE CONTRÔLE INTERNE	77

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE

Ce rapport, établi conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce, a été approuvé par le Conseil d'Administration dans sa délibération du 5 février 2009.

Il a pour objet de rendre compte de la composition du Conseil d'Administration de la Société, des conditions de préparation et d'organisation de ses travaux, de la politique de rémunération ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par celle-ci.

1. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

1.1 Conseil d'Administration

Instance stratégique de la Société, le Conseil d'Administration a pour objectifs prioritaires l'accroissement de la valeur de l'entreprise et la défense de l'intérêt social. Il a pour missions principales l'adoption des grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et le suivi de leur mise en œuvre, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations relatives à la Société et au Groupe et la protection du patrimoine social.

Le Conseil d'Administration de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton garantit le respect de ses droits à chacun des actionnaires participant à la composition de son capital et s'assure que ceux-ci remplissent la totalité de leurs devoirs.

Le Conseil d'Administration, dans sa séance du 23 octobre 2008, a adhéré aux recommandations AFEP/MEDEF du 8 octobre 2008 relatives à la rémunération des mandataires sociaux des sociétés cotées et a décidé que le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF est celui auquel se référera la Société. Ce code est consultable sur le site www.medef.fr.

Le Conseil d'Administration est doté d'une Charte qui fixe, notamment, les règles régissant sa composition, ses missions, son fonctionnement et ses responsabilités.

Deux Comités, le Comité d'Audit de la Performance et le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations, dont la composition, le rôle et les missions sont définis par un règlement intérieur, sont constitués au sein du Conseil d'Administration.

La Charte du Conseil d'Administration et les règlements intérieurs des Comités sont communiqués à tout candidat aux fonctions d'Administrateur ainsi qu'au représentant permanent d'une personne morale avant leur entrée en fonction.

En application des dispositions de la Charte du Conseil d'Administration, les Administrateurs doivent porter à la connaissance du Président du Conseil d'Administration toute

situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la Société et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs. Ils doivent également l'informer de toute condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés. Aucune information n'a été communiquée au titre de cette obligation.

1.2 Composition et fonctionnement

• Le Conseil d'Administration est composé de dix-huit membres : Madame Delphine Arnault-Gancia, Messieurs Bernard Arnault, Antoine Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Antoine Bernheim, Nicholas Clive-Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Pierre Godé, Gilles Hennessy, Patrick Houël, Arnaud Lagardère, Felix G. Rohatyn, Hubert Védrine et Lord Powell of Bayswater. Six d'entre eux : Messieurs Antoine Bernheim, Nicholas Clive-Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Arnaud Lagardère et Hubert Védrine sont considérés comme indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

Le Conseil d'Administration, au cours de sa réunion du 5 février 2009, a apprécié la situation de chaque Administrateur en fonction notamment des critères d'indépendance énoncés dans le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF, et a considéré que :

- (i) Messieurs Charles de Croisset, Diego Della Valle et Hubert Védrine remplissent l'ensemble de ces critères ;
- (ii) Monsieur Antoine Bernheim doit être considéré, compte tenu de sa situation personnelle, comme membre indépendant nonobstant son appartenance au Conseil d'Administration de la Société depuis plus de douze ans et ses mandats au sein de conseils d'administration d'autres sociétés, filiales du groupe Arnault et du Groupe LVMH ;
- (iii) Monsieur Nicholas Clive-Worms doit être considéré, compte tenu de sa situation personnelle, comme membre indépendant nonobstant son appartenance au Conseil d'Administration de la Société depuis plus de douze ans ;
- (iv) Monsieur Arnaud Lagardère doit être considéré comme membre indépendant nonobstant le mandat détenu par Monsieur Bernard Arnault au sein du Conseil de Surveillance de la société Lagardère SCA.

Monsieur Arnaud Lagardère n'a pas souhaité solliciter le renouvellement de son mandat d'Administrateur qui arrive à échéance à l'issue de la prochaine Assemblée Générale annuelle.

Les Administrateurs doivent statutairement détenir directement et personnellement un minimum de 500 actions.

- Au cours de l'exercice 2008, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois sur convocation écrite de son Président, adressée à chacun des Administrateurs une semaine au moins avant la date de la réunion. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 74 % en moyenne.

Le Conseil a arrêté les comptes annuels et semestriels et s'est prononcé notamment sur les grandes orientations stratégiques du Groupe, le budget, la mise en place d'un plan d'options de souscription d'actions et l'attribution d'actions gratuites, l'autorisation de cautions au profit de tiers ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées, l'adhésion de la Société aux recommandations AFEP/MEDEF relatives à la rémunération des mandataires sociaux et au Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées élaboré par ces organismes.

Le Conseil d'Administration, dans sa séance du 5 février 2009, a passé en revue sa composition, son organisation et son fonctionnement.

Le Conseil a considéré que sa composition est équilibrée : quant au pourcentage d'Administrateurs extérieurs, eu égard à la répartition de son capital et quant à la diversité et à la complémentarité des compétences et expériences de ses membres.

Le Conseil a constaté qu'il a reçu en temps utile les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et que chaque Administrateur a eu la faculté, au-delà des débats au cours des réunions du Conseil, d'interroger les dirigeants et a obtenu les précisions et éclaircissements demandés.

La situation financière du Groupe a été exposée de façon claire et détaillée lors de l'arrêté des comptes consolidés annuels et semestriels.

Le budget annuel et un plan stratégique à trois ans ont été présentés aux Administrateurs et commentés en réunion.

La façon dont le Groupe entend réagir aux évolutions économiques et financières auxquelles il doit faire face a donné lieu à des échanges entre les Administrateurs et les dirigeants.

Enfin, les grandes lignes de la communication financière du Groupe et les améliorations susceptibles d'y être apportées ont fait l'objet d'une réflexion au sein du Conseil.

1.3 Direction Générale

Le Conseil d'Administration a décidé de ne pas dissocier les fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général. Il n'a apporté aucune limitation aux pouvoirs du Directeur Général.

Sur proposition du Président-Directeur Général, le Conseil d'Administration a nommé un Directeur Général délégué, Monsieur Antonio Belloni, qui dispose des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

1.4 Comité d'Audit de la Performance

Le Comité d'Audit de la Performance a pour missions essentielles de s'assurer de la conformité aux normes comptables en vigueur des principes comptables suivis par la Société et par le Groupe, d'examiner les comptes sociaux et consolidés avant leur soumission au Conseil d'Administration, et de veiller à la mise en œuvre effective du contrôle interne du Groupe.

Il est actuellement composé de trois membres (dont deux indépendants), désignés par le Conseil d'Administration. Les membres actuels du Comité d'Audit de la Performance sont Messieurs Antoine Bernheim (Président), Nicholas Clive-Worms et Gilles Hennessy.

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2008. Toutes les réunions se sont tenues en présence de tous les membres du Comité, à l'exception d'une réunion à laquelle l'un des membres du Comité n'a pu participer. Ont également participé à ces réunions les Commissaires aux Comptes, le Directeur des Opérations, le Directeur Financier, le Directeur du Contrôle de Gestion, le Directeur de l'Audit Interne, le Directeur Comptable, le Directeur Juridique, et en fonction des sujets abordés, le Directeur du Financement, le Directeur de la Trésorerie et le Directeur Fiscal.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels, les travaux du Comité ont porté principalement sur les réalisations de l'Audit Interne, la politique de couverture des risques de change, ainsi que sur la position fiscale du Groupe.

1.5 Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations a pour missions essentielles d'émettre :

- des propositions sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (Généraux) délégué(s) de la Société ainsi que sur la répartition des jetons de présence versés par la Société ;
- des avis sur les candidatures aux postes d'Administrateur et de Censeur, ou aux fonctions de membre du Comité Exécutif du Groupe et de Direction Générale de ses principales filiales.

Il est actuellement composé de trois membres (dont deux indépendants), désignés par le Conseil d'Administration. Les membres actuels du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations sont Messieurs Antoine Bernheim (Président), Charles de Croisset et Albert Frère.

Le Comité s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2008, en présence de tous ses membres. Il a émis des propositions relatives à la rémunération et à l'attribution d'options de souscription d'actions au Président-Directeur Général et au Directeur Général délégué et rendu un avis sur la rémunération, les options de souscription et les avantages en nature attribués à certains Administrateurs par la Société ou ses filiales. Il a également émis un avis sur la candidature de Monsieur Charles de Croisset aux fonctions d'Administrateur et sur les mandats d'Administrateur arrivant à échéance en 2008.

En outre, préalablement à la réunion du Conseil d'Administration du 5 février 2009, le Comité a examiné l'ensemble des mandats arrivant à échéance à l'Assemblée Générale annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2008, a émis des recommandations sur la rémunération variable au titre de l'année 2008 du Président-Directeur Général, du Directeur Général délégué et de certains Administrateurs recevant de la Société ou de ses filiales une rémunération ainsi que sur la rémunération de ces mêmes personnes pour 2009. Il a également exprimé un avis favorable sur la candidature de Monsieur Yves-Thibault de Silguy aux fonctions d'Administrateur.

1.6 Collège des Censeurs

Les Censeurs sont convoqués aux séances du Conseil d'Administration et prennent part aux délibérations avec voix consultative, sans que toutefois leur absence puisse nuire à la validité de ces délibérations.

Ils sont nommés par l'Assemblée Générale sur proposition du Conseil d'Administration et sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence.

Le Collège des Censeurs est actuellement composé d'un seul membre : Monsieur Kilian Hennessy.

1.7 Participation aux Assemblées Générales

Les modalités de participation des actionnaires aux Assemblées Générales et, notamment, les conditions d'attribution d'un droit de vote double aux actions détenues sous la forme nominative, sont définies à l'article 23 des statuts (voir partie « Gouvernement d'Entreprise » du document de référence).

1.8 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

Les informations relatives aux éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique visées à l'article L. 225-100-3 du Code de commerce figurent dans le « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : la société LVMH ».

1.9 Politique de rémunération des mandataires sociaux

Jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration

L'Assemblée Générale détermine le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration.

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'Administration et des Censeurs conformément à la règle définie par le Conseil d'Administration sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations, à savoir :

- (i) deux unités pour chaque Administrateur ou Censeur ;
- (ii) une unité additionnelle pour les fonctions de membre d'un Comité ;
- (iii) deux unités additionnelles pour les fonctions de membre et Président d'un Comité ;
- (iv) deux unités additionnelles pour les fonctions de Vice-Président ou de Président du Conseil d'Administration de la Société ;

étant précisé que le montant correspondant à une unité est obtenu en divisant le montant global des jetons de présence à distribuer par le nombre total d'unités à servir.

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations a en outre la faculté de proposer que tout ou partie des jetons de présence soit attribué en fonction de la participation des membres du Conseil d'Administration aux réunions de celui-ci.

Au titre de l'année 2008, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 125 000 euros à titre de jetons de présence.

Autres rémunérations

Les rémunérations et avantages accordés aux mandataires sociaux sont fonction principalement du niveau des responsabilités attachées à leurs fonctions et des performances individuelles ainsi que des résultats du Groupe et de l'atteinte des objectifs visés. Ils tiennent également compte des rémunérations versées par les entreprises comparables en termes de taille, de secteurs d'activités et d'implantation internationale.

Une partie de la rémunération versée aux mandataires sociaux dirigeants repose sur l'atteinte d'objectifs financiers d'une part, d'ordre qualitatif d'autre part. Les critères financiers sont l'évolution du chiffre d'affaires, du résultat opérationnel et de la génération de fonds (cash-flow), chacun de ces trois éléments comptant pour un tiers. La partie variable est plafonnée à 180 % de la rémunération fixe pour le Président-Directeur Général, et à 120 % de celle-ci pour le Directeur Général délégué.

Aucun mandataire social dirigeant de la Société ne bénéficie, en cas de départ, de dispositions lui accordant à cette occasion une indemnité spécifique ou dérogeant aux règles des plans de stock-option relatives à l'exercice des options.

Lors de leur départ à la retraite, les membres du Comité Exécutif, le cas échéant également mandataires sociaux, peuvent recevoir un complément de retraite à condition qu'ils justifient d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité Exécutif du Groupe et qu'ils fassent valoir simultanément leurs droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux. Ce complément de retraite est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des rémunérations annuelles perçues au cours des trois dernières années civiles précédant l'année du départ à la retraite, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la sécurité sociale. Le complément de retraite annuelle est égal à la différence entre 60 % de la rémunération de référence et la totalité des pensions servies par le régime général de la sécurité sociale et les régimes complémentaires de l'ARRCO et de l'AGIRC. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2008 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la Note 30 de l'annexe aux comptes consolidés.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toutes missions spécifiques qui leur sont confiées. Son montant est déterminé par le Conseil d'Administration et communiqué aux Commissaires aux Comptes de la Société.

2. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE ET DE GESTION DES RISQUES MISES EN PLACE

2.1 Définition

Le Groupe utilise un référentiel interne établi en cohérence avec le référentiel COSO (Committee of Sponsoring Organisation of the Treadway Commission), dont l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) a repris les principaux éléments dans son Cadre de Référence. Ainsi, sous l'impulsion du Conseil d'Administration, du Comité d'Audit de la Performance, de la Direction Générale, du management et autres responsables des maisons mères et filiales, le contrôle interne, conformément à ce référentiel, est destiné à fournir une assurance raisonnable quant à la réalisation des objectifs suivants :

- la maîtrise des activités et des processus, l'efficacité des opérations et l'utilisation efficiente des ressources ;
- la fiabilité des informations financières et comptables ;
- la conformité aux lois et réglementations en vigueur.

Par ailleurs, LVMH a décliné dans son référentiel interne deux objectifs complémentaires que sont :

- la protection des actifs et de la valeur du capital ;
- l'application des instructions et orientations fixées par la Direction Générale du Groupe et des unités opérationnelles (les Maisons/les marques et leurs filiales).

Le dispositif de contrôle interne est donc constitué d'un ensemble de procédures et d'activités de contrôles qui dépasse le cadre strictement comptable et financier ; ce dispositif, parce qu'il vise

à garantir le contrôle et la continuité de l'ensemble des activités existantes et nouvelles, doit permettre au management des Maisons et filiales de se consacrer pleinement à la stratégie, au développement et à la croissance du Groupe.

Limites du contrôle interne

Le dispositif de contrôle interne aussi bien conçu et aussi bien appliqué soit-il, ne peut fournir une garantie absolue quant à la réalisation des objectifs de la Société. Il existe en effet des limites inhérentes à tout système de contrôle interne, du fait notamment des incertitudes du monde extérieur, de l'exercice de la faculté de jugement ou de dysfonctionnements pouvant survenir en raison d'une défaillance humaine ou d'une simple erreur.

2.2 Périmètre et formalisation

LVMH rassemble, sous le concept fédérateur du luxe, un ensemble de cinq principaux groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective. Ces groupes d'activités sont eux-mêmes composés de sociétés de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, elles-mêmes divisées en filiales à travers le monde.

Cette organisation garantit l'indépendance des marques, tout en permettant la mise en œuvre de synergies réelles entre sociétés d'un même métier notamment.

La politique de contrôle interne en vigueur dans le Groupe est conforme à ce principe d'organisation :

- la société mère LVMH SA est responsable de son propre contrôle interne tout en assurant un rôle de coordination et d'impulsion de l'ensemble du contrôle interne des sociétés du Groupe ;
- le Président d'une marque est quant à lui responsable du contrôle interne de l'ensemble des filiales qui contribuent, au plan mondial, au développement de sa marque ;
- chaque Président de filiale l'étant pour les activités placées sous sa responsabilité.

Le dispositif de contrôle interne, formalisé depuis 2003 dans le cadre de la Loi sur la Sécurité Financière (LSF), suit cette même structure ; il est à la fois :

- décentralisé au niveau des groupes d'activités et des marques : l'animation et le pilotage du processus de contrôle interne est de la responsabilité des Directions Générales des entités opérationnelles et juridiques ;
- unifié autour d'une méthodologie commune et d'un référentiel unique : la Holding LVMH SA en coordonne le déploiement à travers le Groupe.

La formalisation se traduit dans un premier temps par un processus d'auto-évaluation. Elle s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue et permettra d'aboutir à terme à une appréciation de l'adéquation et de l'efficacité du contrôle interne du Groupe. Cette auto-évaluation est basée sur le référentiel de contrôle interne

LVMH. Ce référentiel couvre 12 processus clés (Ventes, Ventes de Détail, Achats, Licences, Voyages et déplacements, Inventaire, Production, Cash, Immobilisations, RH, Systèmes d'information et Clôture des comptes) et des activités de contrôles sur les cinq composantes COSO ; il est supporté par un outil informatique de modélisation et de pilotage du contrôle interne (« Switch ») aussi adopté par d'autres sociétés membres du CAC 40.

La démarche d'auto-évaluation adaptée à la configuration et à la culture du Groupe LVMH, a consisté en :

- la définition du périmètre LSF incluant les sociétés les plus significatives, et pour chacune d'elles ;
- l'envoi d'instructions détaillées de la Direction Générale du Groupe aux Présidents de ces sociétés ;
- une revue de l'environnement général de contrôle, dont l'objectif est l'évaluation par le Président de l'environnement général de contrôle de l'entité dont il a la responsabilité ;
- une revue détaillée des processus métiers clés réalisée en fonction de la matérialité de ces processus et du niveau de couverture des risques attendu ;
- la soumission de la part du Comité de Direction de chaque entité sélectionnée d'une lettre d'affirmation sur le contrôle interne signée par son Président et son Directeur Financier, confirmant leur appropriation et leur responsabilité sur le contrôle interne en termes de remontée des insuffisances et de leur remédiation.

La revue détaillée des processus métiers clés est réalisée sur la base d'un questionnaire type recensant pour chaque processus les principaux risques et contrôles associés, chaque société concernée procédant à des adaptations propres à son environnement. Des processus particuliers ont été développés et évalués pour refléter les besoins spécifiques de certaines activités (Eaux de vie et Terre à Vigne pour les Vins et Spiritueux, Création pour la Mode et Maroquinerie).

Les lettres d'affirmation sur le contrôle interne sont consolidées en « cascade », partant des filiales vers les maisons mères puis au niveau du Groupe.

En 2008, près d'une centaine d'entités (maisons-mères et filiales) ont été soumises à une auto-évaluation, représentant plus de 80 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

De plus, afin de rendre effective leur appropriation du projet, les entités les plus importantes ont renforcé leur structure de contrôle interne tout en clarifiant la cascade de responsabilité de contrôle interne au sein de leur organisation.

Par ailleurs, en 2008 au niveau de la société mère LVMH SA et du Groupe, neuf processus clés (Trésorerie, Financement, Fiscalité, Consolidation, Clôture des comptes, Comptabilisation Flux financiers, Systèmes d'information, Communication financière, Assurances) ont été analysés en termes de risques associés et des plans d'actions ont été définis pour remédier aux déficiences éventuelles.

Diligences et appréciations par les dirigeants

Ces démarches de formalisation du contrôle interne sont menées en interne avec des validations externes indépendantes. Elles permettent de capitaliser sur la connaissance et l'implication des responsables opérationnels et de faciliter le processus d'amélioration continue du contrôle interne dans le temps au sein du Groupe. Les Commissaires aux Comptes sont tenus informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'Audit de la Performance, via des comptes rendus périodiques.

2.3 Les composantes du contrôle interne

Le dispositif de contrôle interne, suivant l'approche COSO qui a été retenue, comprend cinq composantes étroitement liées :

- un environnement général de contrôle ;
- une évaluation des risques ;
- des contrôles appropriés ;
- un système d'information et de communication permettant l'exercice efficace des responsabilités ;
- un plan de suivi et de progrès.

Tous ces éléments sont à la fois pilotés et coordonnés centralement et examinés annuellement par les entités significatives du Groupe par le biais de la démarche d'auto-évaluation en place.

2.3.1 L'environnement général de contrôle

S'appliquant à l'ensemble des activités de LVMH, le dispositif de contrôle interne vise tout d'abord à créer les conditions d'un environnement général de contrôle interne adapté aux spécificités du Groupe. Il vise en outre à prévenir et maîtriser les risques d'erreurs et de fraudes, sans pour autant garantir une élimination absolue de ces dernières.

Le Groupe a toujours marqué sa détermination sur ces fondamentaux que sont l'engagement du management en faveur de l'intégrité et du comportement éthique, le principe de l'honnêteté dans les relations avec les clients, fournisseurs, employés et autres partenaires, des organisations claires, des responsabilités et pouvoirs définis et formalisés dans le respect du principe de séparation des tâches, l'évaluation régulière des performances du personnel, l'engagement pour la compétence et le développement des collaborateurs du Groupe.

Les principes d'éthique et de gouvernance sont largement diffusés. En particulier, le Groupe recommande et veille à la mise en place dans les Maisons de codes de conduite, chartes fournisseurs, et procédures formalisées de déclaration et suivi des conflits d'intérêt.

La gestion des compétences est un aspect significatif du système de contrôle interne. LVMH y veille tout particulièrement par l'adéquation des profils et des responsabilités correspondantes, la formalisation des revues annuelles de performance au

niveau individuel et des organisations, le développement des compétences par le biais de programmes de formation spécifiques à tous les niveaux et par la promotion de la mobilité interne. Des analyses liées aux effectifs sont produites mensuellement par la Direction des Ressources Humaines du Groupe, faisant apparaître les variations des effectifs et les analyses afférentes, ainsi que les postes vacants et les mobilités internes. Il existe également un Intranet réservé aux Ressources Humaines du Groupe.

2.3.2 La gestion des risques

Le dispositif de gestion des risques identifie et évalue les principaux risques susceptibles d'affecter la réalisation des objectifs opérationnels, financiers et de conformité aux lois et règlements en vigueur. Il se nourrit d'emblée des remontées du processus d'auto-évaluation sur le contrôle interne, réalisées par une centaine d'entités significatives couvrant plus de 80 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe, et il est complété par une cartographie additionnelle pour recenser les risques purement opérationnels et spécifiques à une activité qui ne seraient pas capturés par le processus d'auto-évaluation.

Certains risques propres à l'activité du Groupe font l'objet d'un suivi particulier (risque de change, risque environnemental, contrefaçon, etc.) ; ces risques sont détaillés dans le « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : le groupe LVMH », paragraphe 2 Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance et paragraphe 6 Conséquences de l'activité sur l'environnement.

La réponse aux risques

La réduction des risques (fréquence et intensité) se fait à travers des actions de prévention (risques industriels), de contrôle interne (risques liés aux processus) ou par la mise en place de plans de continuité d'activités (PCA) ou de plans d'actions opérationnels. En fonction de la typologie des risques d'une marque ou d'une entité, celle-ci peut, en coordination avec le Groupe, décider de faire appel au marché de l'assurance pour transférer un risque résiduel ou au contraire arbitrer en faveur de sa rétention.

Les acteurs de la gestion des risques

Au-delà des responsables opérationnels qui ont la charge des risques inhérents à leur activité, la Direction des Risques et Assurances est particulièrement impliquée au niveau du Groupe dans la mise à disposition d'outil et de méthodologie, dans le recensement des risques, la prévention des sinistres ainsi que la stratégie de couverture et de financement des risques. Le Comité de Direction des marques ou des entités est responsable de la mise en place de plans d'action pour garantir une gestion des risques majeurs qu'il a recensés et évalués dans le processus d'auto-évaluation de leur périmètre respectif. L'Audit Interne collabore avec la Direction des Risques et Assurances dans la définition et la mise en place des méthodes d'évaluation et processus de traitement de certains risques majeurs ou risques à impact étendu.

2.3.3 Les activités de contrôles, procédures et documentation

La mise en œuvre des pratiques et procédures de contrôle interne est assurée par les contrôleurs internes des sociétés sous la responsabilité de leur Comité de Direction.

Le Groupe, à travers la mise en œuvre en 2007 d'un nouvel Intranet Finance, a procédé à une révision de l'ensemble des procédures concourant à l'information comptable, financière et applicables à toutes les sociétés consolidées : il s'agit des procédures comptables et financières accessibles via l'Intranet du Groupe et traitant notamment des principes et normes comptables, de la consolidation, de la fiscalité, des investissements, du reporting (y compris les procédures budgétaires et celles des plans stratégiques), de la trésorerie et du financement (y compris la centralisation de trésorerie et les couvertures de change et de taux). Le reporting de gestion précise, en outre, les formats, contenus et fréquences des reportings financiers.

À cette même occasion, le manuel de contrôle interne a été remanié au profit d'un document plus synthétique mis en ligne sur ce même Intranet présentant les « *Essentiels du contrôle interne* » : ce guide présente les bases de l'environnement général et les éléments incontournables sur les processus principaux : Ventes, Ventes de Détail, Achats, Inventaire, Clôture des comptes, et Systèmes d'informations (contrôles généraux informatiques).

En complément de ce manuel est mis à disposition le référentiel de contrôle interne LVMH, couvrant un large éventail de processus métiers. Ce référentiel détaille pour tout risque sur un processus donné les activités de contrôles clé attendues.

Pour ces contrôles essentiels à la réalisation des objectifs de contrôle interne sur les processus majeurs, le Groupe et ses relais contrôle interne dans les Maisons veillent à leur mise en place, s'ils ne le sont déjà. Un effort particulier est demandé afin de documenter dans une procédure ces activités clés pour en garantir une qualité égale dans le temps et quelle que soit la personne qui les exécute.

Les activités de contrôle et de remédiation des faiblesses de contrôle interne sont reflétées, documentées et suivies par le biais du système d'auto-évaluation informatisé « Switch », implanté sur l'ensemble des entités les plus significatives du Groupe.

Sur l'Intranet Finance, se trouvent aussi des procédures « *Guidelines du Risk Management* » et outils dédiés à l'évaluation, à la prévention et à la couverture des risques. Ces éléments sont à la disposition de l'ensemble des acteurs impliqués dans la chaîne de gestion du risque.

2.3.4 Systèmes d'informations et de communication

Les plans stratégiques en termes de Systèmes d'informations et de communication sont coordonnés par la Direction Financière Groupe qui veille à l'harmonisation des ERP (SAP) mis 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'informations.

Les Systèmes d'informations et télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font également 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 sauvegarde des données informatiques. En particulier, un Plan de Continuité des Opérations ainsi qu'un Plan de Sauvegarde des Données Informatiques ont été développés au niveau de la société mère LVMH SA.

2.3.5 Surveillance du dispositif de contrôle interne

Cette surveillance est exercée à plusieurs niveaux et principalement comme suit :

Surveillance continue :

Elle est organisée sur les processus par les Directions opérationnelles de façon à devancer ou détecter les incidents dans les meilleurs délais. Cet objectif est désormais partie intégrante des projets informatiques (implantation ou montée de versions) suivant deux axes principaux : mise en place de contrôles applicatifs embarqués et édition de rapports d'anomalies ou d'exceptions sur les transactions et données sensibles.

Surveillance périodique du dispositif :

- par le management ou les opérationnels sous le pilotage des contrôleurs internes ; le produit final de ce suivi est la lettre d'affirmation sur le contrôle interne signée par le Président et le Directeur Financier de chaque entité significative ;
- par l'Audit Interne LVMH et les Commissaires aux Comptes, qui fournissent au management des entités et à la Direction Générale du Groupe les résultats de leurs travaux de revue et leurs recommandations.

2.4 Les acteurs du contrôle interne

En plus de l'ensemble des collaborateurs qui contribuent tous à ce dispositif, les acteurs suivants sont particulièrement impliqués à différents titres :

Au niveau Groupe

Le Conseil d'Administration

Dans le cadre de ses responsabilités précédemment décrites, le Conseil d'Administration contribue par la compétence et la responsabilité de ses membres, la clarté et la transparence des décisions, l'efficacité et la sécurité des contrôles – qui sont les principes déontologiques qui le gouvernent – à l'environnement général de contrôle. Le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF est celui auquel se réfère la Société.

Le Comité Exécutif

Composé des Directions générales opérationnelles et fonctionnelles, le Comité Exécutif définit les objectifs stratégiques dans le cadre

des orientations déterminées par le Conseil d'Administration, coordonne leur mise en œuvre, veille au maintien de l'adéquation de l'organisation avec l'évolution de l'environnement, ainsi qu'à la définition des responsabilités et délégations de pouvoir des dirigeants et à leur application.

Le Comité d'Audit de la Performance

Dans le cadre de ses responsabilités précédemment décrites, le Comité d'Audit de la Performance contrôle l'existence et l'application des procédures de contrôle interne. Il étudie également les résultats des travaux de l'Audit Interne et valide les orientations annuelles et à moyen terme du programme d'audit interne en termes de moyens et couverture géographique, couverture d'activité et couverture des risques.

La Direction Juridique

Dans le cadre de ses responsabilités, la Direction Juridique du Groupe veille à l'application des législations et des règlements en vigueur dans les pays où est implanté le Groupe LVMH. Elle a également un rôle central de veille juridique et de conseil auprès des différents groupes d'activités du Groupe.

L'Audit Interne

Fort d'une équipe pluridisciplinaire d'une vingtaine de membres centralement dirigés mais répartis sur deux bureaux, Paris et Hong Kong, l'Audit Interne intervient dans l'ensemble du Groupe dans le cadre d'un plan pluriannuel actualisé chaque année.

Une cinquantaine de missions d'audit sont réalisées en moyenne chaque année.

Ce plan pluriannuel d'interventions permet de vérifier et de renforcer la compréhension et l'appropriation du processus de contrôle interne ainsi que la correcte application des procédures en vigueur. Le plan d'audit est élaboré à partir d'une analyse des risques potentiels, existants ou émergents, par type d'activité (taille, contribution au résultat, éloignement géographique, qualité du management en place...) et d'entretiens avec les responsables opérationnels concernés. L'Audit Interne intervient notamment dans toutes les sociétés du Groupe, à la fois sur des thèmes opérationnels ou financiers. Une revue du processus d'auto-évaluation et de ses résultats est systématique pour les entités significatives concernées.

Le plan prévu peut être modifié en réponse à des changements d'environnement économique et politique ou à des réorientations stratégiques internes.

L'Audit Interne restitue ses travaux à la Direction de l'entité concernée et rend compte à la Direction Générale du Groupe via un rapport de synthèse et un rapport détaillé précisant les recommandations et l'engagement du management de les appliquer dans des délais raisonnables. L'Audit Interne met les Commissaires aux Comptes en copie des rapports émis et les rencontre périodiquement pour échanger sur les points à date concernant le contrôle interne.

Les grandes orientations du plan annuel et pluriannuel d'audit ainsi que les principales conclusions de l'année en cours sont présentées au Comité d'Audit de la Performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernés. En 2008, l'Audit Interne a réalisé cinquante missions qui ont couvert les processus clés des sociétés auditées, représentant 36 % des ventes du Groupe et incluent des thèmes globaux comme les Achats Media. Le suivi de la mise en œuvre des recommandations est renforcé par des visites sur site systématiques pour les sociétés présentant les enjeux les plus significatifs.

Par ailleurs, l'Audit Interne coordonne depuis 2003 la mise en œuvre des dispositions de la Loi de Sécurité Financière relatives au contrôle interne pour le Groupe par le biais d'une cellule dédiée au contrôle interne. Cette dernière suit et anticipe les évolutions réglementaires pour adapter le dispositif de contrôle interne, si besoin est.

Elle anime un réseau de contrôleurs internes qui sont chargés à la fois de veiller au respect des procédures de contrôle interne du Groupe et d'élaborer les contrôles propres à leurs métiers. Ils sont en outre les vecteurs des différents projets relatifs au dispositif de contrôle interne et favorisent la diffusion et l'application des instructions.

Au niveau des filiales

Les Comités de Direction

Le Comité de Direction des filiales est responsable de la mise en place et du fonctionnement des contrôles nécessaires pour garantir un dispositif de contrôle interne effectif dans leur périmètre respectif. L'appropriation du contrôle interne au sein de chaque entité par les responsables opérationnels au niveau des processus métiers clés est un point majeur du dispositif de contrôle interne.

2.5 Le contrôle interne propre à l'information financière et comptable

2.5.1 L'organisation

Le contrôle interne sur l'information comptable et financière est organisé à partir de la coopération et du contrôle des Directions suivantes : Comptabilité et Consolidation, Contrôle de Gestion, Systèmes d'information, Trésorerie et Financement, Fiscalité et Communication Financière.

La Direction Comptable est responsable de la mise à jour et de la diffusion des normes et procédures comptables du Groupe. Elle contrôle leur application et met en place des programmes de formation appropriés. Elle est responsable de la production des comptes consolidés et sociaux trimestriels, semestriels et annuels. Elle a coordonné notamment en 2004 le projet de mise en place des nouvelles normes IAS/IFRS et participe avec les Directions concernées au déploiement d'un reporting unifié au niveau mondial (« SyRUS »).

La Direction du Contrôle de Gestion est responsable de la coordination du processus budgétaire et de ses ré-estimés établis en cours d'année ainsi que du plan stratégique à cinq ans. Elle 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 Direction des Systèmes d'Informations définit, en coopération avec les filiales, un plan à trois ans des Systèmes d'informations par groupe d'activités et sociétés. Elle diffuse les standards techniques du Groupe indispensables à une architecture décentralisée (matériels, applications, réseaux...) et propose des synergies entre métiers et régions le cas échéant, dans le respect de l'indépendance des marques. Elle développe et maintient un système de télécommunications partagé par l'ensemble du Groupe. Elle coordonne la politique de sécurité des systèmes et données, et l'élaboration des plans de secours.

Les Directions du Financement et de la Trésorerie sont responsables de l'application de la politique financière du Groupe, de la gestion optimisée du bilan et de la dette financière, de l'amélioration de la structure financière et d'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 les sociétés du Groupe.

La Direction de la Trésorerie veille plus particulièrement à la centralisation de la trésorerie du Groupe, à son optimisation et à sa prévision par le biais de révisés trimestriels élaborés par les sociétés. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change et de taux, destinée à limiter l'impact négatif des fluctuations de monnaies ou des taux d'intérêt sur les activités et les investissements. Dans ce cadre, ont été mises en place une politique de gestion et des procédures très strictes pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché. Cette organisation s'appuie sur un système d'informations intégré qui permet un contrôle en temps réel des opérations de couverture. Le dispositif de couverture est présenté périodiquement au Comité d'Audit de la Performance. Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui comprend des présentations régulières au Comité Exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

La Direction Fiscale coordonne la préparation des déclarations fiscales en veillant au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, conseille les différents groupes d'activités et sociétés, et définit la stratégie en matière de planning fiscal lié aux orientations opérationnelles du Groupe. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale et coordonne le déploiement d'un reporting unifié des données fiscales (« SyRUS Tax »).

La *Direction de la Communication Financière* est responsable de la coordination des informations diffusées à la communauté financière afin de lui donner une compréhension claire, transparente et précise de la performance et des perspectives du Groupe. Elle a aussi pour rôle de fournir à la Direction Générale les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel. En travaillant en étroite collaboration avec la Direction Générale et avec les groupes d'activités, elle détermine les messages clés ; elle en assure la cohérence et en coordonne la diffusion au travers de moyens divers (rapport annuel et semestriel, présentations financières, réunions avec les actionnaires ou les analystes, site Internet...).

Chacune de ces Directions coordonne le contrôle interne à caractère financier du Groupe 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 (contrôle de gestion, chef comptable, trésorier...).

Des commissions financières réunissant les Directions Financières des principales sociétés du Groupe et les Directions de la Société mère LVMH précédemment listées sont organisées périodiquement. Animées et coordonnées par les Directions centrales, ces commissions traitent notamment des normes et procédures à appliquer, des performances financières et des actions correctrices à apporter, et du contrôle interne appliqué aux données comptables et de gestion. Un point sur l'avancement du projet LSF y est fait systématiquement.

2.5.2 Principes comptables et de gestion

Les filiales adoptent les principes comptables et de gestion retenus par le Groupe répondant à la fois aux besoins des comptes sociaux et consolidés. Il existe ainsi une homogénéité du référentiel comptable et une harmonisation des formats et des outils de remontée des données à consolider. De plus, les reportings comptable et de gestion procèdent d'un même et unique système, ce qui garantit la cohérence des données internes et publiées.

2.5.3 Processus de consolidation

La consolidation des comptes fait l'objet d'instructions précises et d'un système de remontées d'information adapté permettant de traiter une information exhaustive et fiable, selon une méthodologie homogène et dans des délais appropriés. Le Président et le Directeur Financier de chaque société s'engagent sur la qualité et l'exhaustivité de l'information financière transmise au Groupe, y compris les éléments figurant hors bilan, par le biais d'une lettre d'affirmation signée, confortant ainsi la qualité de l'information financière transmise.

Des paliers de consolidation existent par secteur et groupe d'activités garantissant également un premier niveau de contrôle et de cohérence.

Au niveau du Groupe, les équipes en charge de la consolidation sont dédiées 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 remontée et une anticipation du traitement des opérations complexes.

2.5.4 Reporting de gestion

Toutes les entités consolidées du Groupe produisent annuellement un plan stratégique à cinq ans, un budget complet et des ré-estimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

Ces grandes étapes de gestion sont l'occasion d'analyses approfondies des données réelles en comparaison des données budgétaires et de celles de l'année précédente, et d'un dialogue permanent entre les filiales et le Groupe, élément indispensable du dispositif de contrôle interne financier.

Une équipe de contrôleurs de gestion, au niveau Groupe, spécialisée par activité est en contact permanent avec les groupes d'activités et les sociétés concernés, autorisant ainsi une meilleure connaissance des performances et des choix de gestion, ainsi qu'un contrôle approprié.

L'arrêté des comptes semestriels et annuels fait l'objet de réunions spécifiques de présentation des résultats en présence notamment des représentants financiers du Groupe et des sociétés concernées durant lesquelles les Commissaires aux Comptes font état de leurs conclusions, tant en termes de qualité d'information financière et comptable que d'appréciation du contrôle interne des différentes sociétés du Groupe, sur la base des diligences effectuées pour les besoins de leurs missions d'audit.

Ce rapport sur le contrôle interne, issu de l'apport des différents acteurs du contrôle interne et de la gestion des risques mentionnés en première partie de ce document, a été proposé dans sa version projet au Comité d'Audit de la Performance pour avis et approuvé par le Conseil d'Administration dans sa délibération du 5 février 2009.

Conclusions

Le Groupe LVMH poursuit la démarche d'amélioration continue de son contrôle interne, engagée depuis 2003, par le renforcement du dispositif d'auto-évaluation et de son appropriation par les principaux acteurs.

En 2008 l'ensemble des entités significatives s'est engagé dans la revue de son système de contrôle interne. L'adéquation des contrôles en place face aux risques encourus, leur description et formalisation ont été analysées.

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, ÉTABLI EN APPLICATION DE L'ARTICLE L. 225-235 DU CODE DE COMMERCE, SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la Société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton et en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre Société conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2008.

Il appartient au Président d'établir et de soumettre à l'approbation du Conseil d'Administration un rapport rendant compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place au sein de la Société et donnant les autres informations requises par l'article L. 225-37 du Code de commerce relatives notamment au dispositif en matière de gouvernement d'entreprise.

Il nous appartient :

- de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations contenues dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière ; et
- d'attester que ce rapport comporte les autres informations requises à l'article L. 225-37 du Code de commerce, étant précisé qu'il ne nous appartient pas de vérifier la sincérité de ces autres informations.

Nous avons effectué nos travaux conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France.

Informations concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le rapport du Président. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière sous-tendant les informations présentées dans le rapport du Président ainsi que de la documentation existante ;
- prendre connaissance des travaux ayant permis d'élaborer ces informations et de la documentation existante ;
- déterminer si les déficiences majeures du contrôle interne relatif à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière que nous aurions relevées dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le rapport du Président.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations concernant les procédures de contrôle interne de la Société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le rapport du Président du Conseil d'Administration, établi en application des dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Autres informations

Nous attestons que le rapport du Président du Conseil d'Administration comporte les autres informations requises à l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	80
BILAN CONSOLIDÉ	81
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	82
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	84
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	85
SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2008	138
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	142

COMPTÉ DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	2008	2007	2006
Ventes	22-23	17 193	16 481	15 306
Coût des ventes		(6 012)	(5 786)	(5 481)
Marge brute		11 181	10 695	9 825
Charges commerciales		(6 104)	(5 752)	(5 364)
Charges administratives		(1 449)	(1 388)	(1 289)
Résultat opérationnel courant	22-23	3 628	3 555	3 172
Autres produits et charges opérationnels	24	(143)	(126)	(120)
Résultat opérationnel		3 485	3 429	3 052
Coût de la dette financière nette		(257)	(207)	(173)
Autres produits et charges financiers		(24)	(45)	120
Résultat financier	25	(281)	(252)	(53)
Impôts sur les bénéfices	26	(893)	(853)	(847)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	7	7	8
Résultat net avant part des minoritaires		2 318	2 331	2 160
Part des minoritaires		(292)	(306)	(281)
Résultat net part du Groupe		2 026	2 025	1 879
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	27	4,28	4,27	3,98
Nombre d'actions retenu pour le calcul		473 554 813	474 327 943	471 901 820
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	27	4,26	4,22	3,94
Nombre d'actions retenu pour le calcul		475 610 672	479 891 713	477 471 955

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2008	2007	2006
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	8 536	7 999	8 227
Écarts d'acquisition, nets	4	4 417	4 818	4 537
Immobilisations corporelles, nettes	6	6 088	5 419	5 173
Participations mises en équivalence	7	216	129	126
Investissements financiers	8	375	823	504
Autres actifs non courants		841	586	658
Impôts différés		630	492	395
Actifs non courants		21 103	20 266	19 620
Stocks et en-cours	9	5 767	4 812	4 383
Créances clients et comptes rattachés	10	1 650	1 595	1 461
Impôts sur les résultats ⁽¹⁾		229	151	98
Autres actifs courants	11	1 815	2 001	1 587
Trésorerie et équivalents de trésorerie	13	1 013	1 559	1 222
Actifs courants		10 474	10 118	8 751
Total de l'actif		31 577	30 384	28 371
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		147	147	147
Primes		1 737	1 736	1 736
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH		(983)	(877)	(1 019)
Écarts de réévaluation		818	976	917
Autres réserves		9 523	8 191	7 062
Écarts de conversion		(371)	(608)	(119)
Résultat net		2 026	2 025	1 879
Capitaux propres – part du Groupe	14	12 897	11 590	10 603
Intérêts minoritaires	16	990	938	991
Capitaux propres		13 887	12 528	11 594
Dette financière à plus d'un an	17	3 738	2 477	3 235
Provisions à plus d'un an	18	971	976	983
Impôts différés		3 113	2 843	2 862
Autres passifs non courants	19	3 253	4 147	3 755
Passifs non courants		11 075	10 443	10 835
Dette financière à moins d'un an	17	1 847	3 138	2 100
Fournisseurs et comptes rattachés		2 292	2 095	1 899
Impôts sur les résultats ⁽¹⁾		304	332	278
Provisions à moins d'un an	18	306	296	255
Autres passifs courants	20	1 866	1 552	1 410
Passifs courants		6 615	7 413	5 942
Total du passif et des capitaux propres		31 577	30 384	28 371

(1) Au 31 décembre 2008, la dette d'impôt sur les résultats au titre de l'intégration fiscale française a été présentée compensée avec les acomptes d'impôts versés.

Les bilans aux 31 décembre 2007 et 2006 ont été retraités afin de les rendre comparables.

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

Notes	Nombre d'actions	(en millions d'euros)						Total des capitaux propres		
		Capital 14.1	Primes 14.2	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH 14.2	Écarts de réévaluation 14.4	Écarts de conversion 14.5	Résultat et autres réserves	Part du Groupe 16	Intérêts minoritaires	Total
Au 31 décembre 2005	489 937 410	147	1 736	(972)	658	292	7 598	9 459	1 025	10 484
Écarts de conversion						(411)		(411)	(90)	(501)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					259			259	29	288
Résultat net							1 879	1 879	281	2 160
Total des gains et pertes de l'exercice		-	-	-	259	(411)	1 879	1 727	220	1 947
Charges liées aux plans d'options							32	32	3	35
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(47)			(2)	(49)	-	(49)
Augmentations de capital des filiales								-	6	6
Dividendes et acomptes versés							(566)	(566)	(120)	(686)
Variations de périmètre								-	(6)	(6)
Effets des engagements d'achat de titres								-	(137)	(137)
Au 31 décembre 2006	489 937 410	147	1 736	(1 019)	917	(119)	8 941	10 603	991	11 594
Écarts de conversion						(489)		(489)	(86)	(575)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					59			59	19	78
Résultat net							2 025	2 025	306	2 331
Total des gains et pertes de l'exercice		-	-	-	59	(489)	2 025	1 595	239	1 834
Charges liées aux plans d'options							40	40	4	44
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				142			(104)	38	-	38
Augmentations de capital des filiales								-	1	1
Dividendes et acomptes versés							(686)	(686)	(156)	(842)
Variations de périmètre								-	(15)	(15)
Effets des engagements d'achat de titres								-	(126)	(126)
Au 31 décembre 2007	489 937 410	147	1 736	(877)	976	(608)	10 216	11 590	938	12 528

Notes	Nombre d'actions	(en millions d'euros)						Total des capitaux propres		
		Capital 14.1	Primes 14.2	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH 14.2	Écarts de réévaluation 14.4	Écarts de conversion 14.5	Résultat et autres réserves	Part du Groupe minoritaires	Intérêts minoritaires 16	Total
Au 31 décembre 2007	489 937 410	147	1 736	(877)	976	(608)	10 216	11 590	938	12 528
Écarts de conversion						237		237	45	282
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(158)			(158)	15	(143)
Résultat net							2 026	2 026	292	2 318
Total des gains et pertes de l'exercice		-	-	-	(158)	237	2 026	2 105	352	2 457
Charges liées aux plans d'options							41	41	3	44
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(110)			24	(86)	-	(86)
Levées d'options de souscription d'actions	92 600		5					5	-	5
Annulation d'actions LVMH	(92 600)		(4)	4				-	-	-
Augmentations de capital des filiales								-	4	4
Dividendes et acomptes versés							(758)	(758)	(188)	(946)
Variations de périmètre								-	20	20
Effets des engagements d'achat de titres								-	(139)	(139)
Au 31 décembre 2008	489 937 410	147	1 737	(983)	818	(371)	11 549	12 897	990	13 887

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2008	2007	2006
I. Opérations d'exploitation				
Résultat opérationnel		3 485	3 429	3 052
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		695	638	474
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(42)	(39)	(31)
Dividendes reçus		17	33	28
Autres retraitements		(59)	(22)	(19)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		4 096	4 039	3 504
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(222)	(191)	(174)
Impôt payé		(866)	(916)	(784)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		3 008	2 932	2 546
Variation des stocks et en-cours		(826)	(565)	(351)
Variation des créances clients et comptes rattachés		(29)	(197)	(146)
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		135	222	208
Variation des autres créances et dettes		(10)	66	31
Variation du besoin en fonds de roulement		(730)	(474)	(258)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		2 278	2 458	2 288
II. Opérations d'investissement				
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(1 039)	(990)	(771)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		100	58	10
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements opérationnels		(8)	(20)	12
Investissements opérationnels		(947)	(952)	(749)
Acquisitions d'investissements financiers	8	(155)	(45)	(87)
Cessions d'investissements financiers	8	184	33	172
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4	(642)	(329)	(48)
Investissements financiers		(613)	(341)	37
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement		(1 560)	(1 293)	(712)
III. Opérations en capital				
Augmentations de capital de la société LVMH	14	5	-	-
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	16	4	1	6
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et d'instruments dénouables en actions LVMH	14.2	(143)	14	(48)
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	14.3	(758)	(686)	(566)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	16	(188)	(156)	(120)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(1 080)	(827)	(728)
IV. Opérations de financement				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		2 254	2 006	785
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(2 301)	(1 700)	(1 757)
Acquisitions et cessions de placements financiers	12	(47)	(278)	(181)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(94)	28	(1 153)
V. Incidence des écarts de conversion		87	(44)	(10)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I + II + III + IV + V)		(369)	322	(315)
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	13	1 087	765	1 080
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	13	718	1 087	765
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements en crédit-bail		11	6	8

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
1. PRINCIPES COMPTABLES	86
2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE	92
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	95
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	97
5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	98
6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	99
7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	100
8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	101
9. STOCKS ET EN-COURS	102
10. CLIENTS	102
11. AUTRES ACTIFS COURANTS	103
12. PLACEMENTS FINANCIERS	104
13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	104
14. CAPITAUX PROPRES	105
15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	109
16. INTÉRÊTS MINORITAIRES	112
17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	113
18. PROVISIONS	116
19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	116
20. AUTRES PASSIFS COURANTS	117
21. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	117
22. INFORMATION SECTORIELLE	123
23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE	126
24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	127
25. RÉSULTAT FINANCIER	127
26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	128
27. RÉSULTATS PAR ACTION	131
28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	131
29. ENGAGEMENTS HORS BILAN	134
30. PARTIES LIÉES	136
31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	137

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2008 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union Européenne et applicables au 31 décembre 2008. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes ont été arrêtés le 5 février 2009 par le Conseil d'Administration.

L'exercice 2008 a été marqué par une crise économique et financière dont l'ampleur et la durée au-delà du 31 décembre 2008 ne peuvent être anticipées avec précision. Les comptes consolidés de l'exercice ont été établis par référence à cet environnement immédiat, notamment pour la valorisation des investissements, placements et instruments financiers, l'appréciation des écoulements probables de stocks ou la recouvrabilité des créances commerciales. Les actifs dont la valeur s'apprécie par référence à des perspectives à plus long terme, en particulier les actifs incorporels ou immobiliers, ont été évalués dans le cadre d'hypothèses prenant en compte une crise économique et financière dont la durée serait limitée dans le temps, en particulier dans ses effets sur les flux de trésorerie futurs résultant de l'activité, les paramètres financiers utilisés pour ces valorisations étant toutefois ceux prévalant sur le marché à la date de clôture.

1.2 Évolutions du référentiel comptable en 2008

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2008

Les normes, amendements et interprétations concernant LVMH sont appliqués par le Groupe depuis le 1^{er} janvier 2007 et n'ont pas d'impact significatif sur les comptes consolidés présentés ; il s'agit de :

- IFRIC 13 Programmes de fidélisation des clients, appliquée par anticipation dès 2007.

Normes, amendements et interprétations dont l'application est optionnelle en 2008

Les normes, amendements et interprétations concernant LVMH, applicables de manière obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2009, n'ont pas donné lieu à application anticipée en 2008 ; il s'agit de :

- IFRS 8 Segments opérationnels ;
- amendements de IAS 1 sur la présentation des états financiers ;
- amendements de IAS 23 sur les coûts d'emprunts ;

- amendements de IFRS 2 sur les conditions d'acquisition des droits et les annulations ;
- IFRIC 14 IAS 19 Plafonnement de l'actif au titre des régimes à prestations définies, exigences de financement minimal et leur interaction.

L'application de ces textes en 2009 ne devrait pas avoir d'impacts significatifs sur les comptes consolidés du Groupe. En particulier, l'application d'IFRS 8 ne modifiera pas la structure des données publiées, ni le montant des écarts d'acquisition alloués à chaque secteur d'activité.

En outre, l'amendement de IAS 38 Immobilisations incorporelles concernant la comptabilisation des frais de publicité et promotion sera appliqué par anticipation dès l'exercice 2009. Voir Note 11 concernant l'impact de l'application de cet amendement.

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 sont les suivantes :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. La comptabilisation du rapprochement des groupes Moët Hennessy et Louis Vuitton en 1987 et toutes les acquisitions postérieures ont été retraitées conformément à la norme IFRS 3 ; les normes IAS 36 Dépréciations d'actifs et IAS 38 Immobilisations incorporelles ont été appliquées rétrospectivement depuis cette date ;
- valorisation des immobilisations corporelles et incorporelles : l'option d'évaluation de ces actifs à leur juste valeur à la date de transition n'a pas été retenue ;
- avantages sociaux : les écarts actuariels différés en normes françaises à la date de transition ont été comptabilisés ;
- conversion des comptes des filiales étrangères : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales en devises étrangères ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves » ;
- paiement en actions : la norme IFRS 2 sur les paiements en actions est appliquée à tous les plans d'options d'achat et de souscription ouverts à la date de transition, y compris ceux mis en place avant le 7 novembre 2002, date avant laquelle l'application est optionnelle.

1.4 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, des engagements d'achat de titres de minoritaires, de la détermination du montant des provisions pour risques et charges ou des provisions pour dépréciation des stocks et, le cas échéant, des actifs d'impôts différés. Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou situations existant à la date d'établissement des comptes, peuvent se révéler, dans le futur, différentes de la réalité.

1.5 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 sont consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

Les filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part de leurs bilans et comptes de résultat correspondant aux seules activités du Groupe LVMH (voir Note 1.23).

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont consolidées selon la méthode de la mise en équivalence.

1.6 Conversion des états financiers des filiales étrangères

La devise d'établissement des comptes consolidés est l'euro ; les comptes des filiales 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 ».

1.7 Opérations en devises et couvertures de change

Les opérations en devises étrangères réalisées par les sociétés consolidées sont converties dans leur monnaie fonctionnelle aux cours des devises à la date des opérations.

Les créances et dettes exprimées en devises étrangères 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 d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe en devises étrangères, ou de leur élimination, 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 en capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture d'opérations commerciales en devises, ceux-ci sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; la variation de valeur de marché de ces instruments dérivés est enregistrée :

- en coût des ventes pour la part efficace de la couverture des créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture ;
- en capitaux propres, en écarts de réévaluation, pour la part efficace de la couverture de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré en coût des ventes lors de la comptabilisation des créances et dettes objets de la couverture ;
- en résultat financier pour la part inefficace de la couverture ; les variations de valeur liées aux points de terme des contrats à terme ainsi que la valeur temps dans le cadre des contrats d'options sont systématiquement considérées comme part inefficace.

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture de situations nettes en devises de filiales consolidées, la variation de leur valeur de marché est inscrite en capitaux propres, en écarts de conversion, à hauteur de la part efficace, et en résultat financier pour la part inefficace.

En l'absence de relation de couverture, les variations de valeur de marché des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

1.8 Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

Seules les marques et enseignes acquises, individualisables et de notoriété reconnue sont inscrites à l'actif, à la valeur déterminée lors de leur acquisition.

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 leur durée de vie. Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée de vie 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 susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

La durée d'amortissement des marques, fonction de l'estimation de leur pérennité, est comprise entre 5 et 40 ans.

La charge d'amortissement des marques et enseignes et, le cas échéant, le montant de leur dépréciation sont comptabilisés dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles suivant la méthodologie présentée en Note 1.12.

Les frais de recherche ne sont pas immobilisés. Les frais de développement d'un nouveau produit ne sont immobilisés que si la décision de lancement de ce produit est effectivement prise.

Les immobilisations incorporelles autres que les marques et enseignes sont amorties sur les durées suivantes :

- droits au bail, pas de porte : selon les conditions de marché ; le plus souvent 1 à 2 fois la durée du bail ;
- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels : 1 à 5 ans.

1.9 Écarts d'acquisition

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 juste valeur ; la différence entre le coût de la prise de contrôle et la quote-part du Groupe dans la juste valeur 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.

En l'absence de dispositions spécifiques dans les textes en vigueur, la différence entre le coût d'acquisition et la valeur comptable des intérêts minoritaires acquis postérieurement à la prise de contrôle est enregistrée en écart d'acquisition.

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 1.12. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

1.10 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.

Dans l'attente de la clarification des normes IFRS, le Groupe comptabilise ces engagements à chaque clôture de la façon suivante :

- la valeur contractuelle de l'engagement à cette date figure en « Autres passifs non courants » ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont reclassés dans le montant ci-dessus ;
- l'écart entre le montant de l'engagement et les intérêts minoritaires reclassés est enregistré en écart d'acquisition.

Ce mode de comptabilisation n'a pas d'effet sur la présentation des intérêts minoritaires au compte de résultat.

Le traitement comptable décrit ci-dessus appelle toutefois la remarque suivante : certaines interprétations des textes conduisent à comptabiliser l'écart d'acquisition intégralement en déduction des capitaux propres ; selon d'autres interprétations, l'écart d'acquisition est maintenu à l'actif mais à un montant figé lors de la prise de contrôle, les variations ultérieures étant enregistrées en résultat.

1.11 Immobilisations corporelles

La valeur brute des immobilisations corporelles à l'exception des terres à vignes est constituée de leur coût d'acquisition. Les frais financiers supportés pendant la période précédant la mise en exploitation ne sont pas immobilisés.

Les terres à vignes sont comptabilisées à leur valeur de marché à la date de clôture. Cette valeur résulte de données officielles publiées sur les transactions récentes dans la même région, ou d'expertises indépendantes. L'écart entre le coût d'acquisition historique et la valeur de marché est inscrit en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ». Si la valeur de marché devient inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est comptabilisée en résultat, du montant de la différence.

Les pieds de vignes, ou vignobles, pour les champagnes, cognac et autres vins produits par le Groupe, sont des actifs biologiques au sens d'IAS 41 Agriculture. Leur valeur de marché étant peu différente de leur valeur historique, aucune réévaluation de ces actifs n'est pratiquée.

Les immeubles locatifs ne sont pas réévalués à leur valeur de marché.

Les actifs financés par contrat de location financement sont immobilisés sur la base de la valeur actuelle des loyers futurs ou sur la base de leur valeur de marché si celle-ci est inférieure.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation :

- constructions, immeubles de placement 20 à 50 ans
- installations techniques, matériels et outillages 3 à 25 ans
- agencements de magasins 3 à 10 ans
- vignobles 18 à 25 ans

La base amortissable des immobilisations corporelles est constituée du coût d'acquisition, diminué le cas échéant de la valeur résiduelle estimée.

Les frais d'entretien et de réparation sont enregistrés en charges lors de la réalisation des opérations.

1.12 Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont réalisés pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte de valeur apparaît, et au moins une fois par an pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, principalement les marques, enseignes et écarts d'acquisition. Lorsque la valeur nette comptable de ces actifs 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'activités, un secteur d'activités correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de Direction spécifique. Au sein du secteur d'activités, il peut être déterminé des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de magasins.

Les marques et écarts d'acquisition sont évalués à titre principal sur la base des flux de trésorerie prévisionnels actualisés ou selon la méthode 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 les 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 sans marque ; enfin, la méthode du coût de reconstitution d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluriannuels établis par la Direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. En outre, s'y ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus,

le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels intègre le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.13 Investissements et placements financiers

Les actifs financiers sont présentés en investissements financiers (actifs non courants) ou en placements financiers (actifs courants) selon leur nature et la durée estimée de leur détention.

Les investissements financiers comprennent principalement les prises de participation, stratégiques et non stratégiques.

Les placements financiers incluent des placements temporaires en actions, parts de Sicav, ou Fonds Commun de Placement (FCP) et assimilés, à l'exclusion des placements relevant de la gestion de trésorerie au jour le jour, comptabilisés en « Trésorerie et équivalents de trésorerie » (Voir Note 1.16).

Investissements et placements financiers sont évalués au cours de clôture s'il s'agit d'actifs cotés et sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation à cette date s'il s'agit d'actifs non cotés.

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en capitaux propres en « Écarts de réévaluation ». En cas de perte de valeur jugée définitive, une provision pour dépréciation de ce montant est enregistrée en résultat financier, la provision pour dépréciation n'étant reprise en résultat qu'au moment de la cession des investissements et placements financiers correspondants.

1.14 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 en valeur de marché de la vendange correspondante, comme si les raisins récoltés avaient été acquis auprès de tiers. Jusqu'à la date de vendange, l'évaluation des raisins se fait prorata temporis 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 selon la méthode premier entré-premier sorti (FIFO).

Compte tenu du processus de vieillissement nécessaire au champagne et au cognac, la durée de détention de ces stocks est le plus souvent supérieure à un an. Ces stocks restent classés en actifs courants selon 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 (péremption proche, saison ou collection terminées...) ou sur la base de leur perspective d'écoulement.

1.15 Créances clients

Les créances clients sont comptabilisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est enregistrée lorsque leur valeur d'inventaire, fondée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à la valeur comptabilisée.

1.16 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 présente un risque de variation négligeable.

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché et au cours de change à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

1.17 Provisions

Une provision est comptabilisée dès lors qu'existe une obligation, vis-à-vis d'un tiers, dont il résultera pour le Groupe un décaissement probable dont le montant peut être évalué de façon fiable.

Lorsque la date d'exécution de cette obligation est au-delà d'un an, le montant de la provision fait l'objet d'un calcul actualisé, dont les effets sont généralement enregistrés en résultat financier.

1.18 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 de la variation de valeur de la dette au titre du risque de taux, 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 dans le résultat financier de la période. La valeur de marché de la dette couverte est déterminée selon des méthodes similaires à celles décrites ci-après en Note 1.19.

En cas de couverture de la charge d'intérêt future, la dette financière dont les flux sont couverts reste comptabilisée au coût amorti, la variation de valeur de la part efficace de l'instrument de couverture étant enregistrée dans les capitaux propres en écarts de réévaluation.

En l'absence de relation de couverture, ou pour la partie inefficace des couvertures, les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Lorsqu'un instrument dérivé est incorporé à la dette financière, celle-ci est comptabilisée à valeur de marché ; les variations de valeur de marché sont enregistrées en résultat financier.

La dette financière nette est constituée des dettes financières à plus et moins d'un an et de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt, sous déduction de la valeur des placements, des autres actifs financiers ainsi que de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de change associés à l'un de ces éléments et de la trésorerie et équivalents de trésorerie à cette date.

1.19 Instruments dérivés

Le Groupe négocie des instruments financiers dérivés dans le cadre de sa stratégie de couverture des risques de change et de taux d'intérêt.

La mise en œuvre d'une comptabilité de couverture requiert, selon IAS 39, de démontrer et documenter l'efficacité de la relation de couverture lors de sa mise en place et pendant toute sa durée. L'efficacité de la couverture sur le plan comptable est vérifiée par le rapport des variations de valeur du dérivé et du sous-jacent couvert, ce rapport devant rester dans une fourchette comprise entre 80 et 125 %.

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan pour leur valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.7 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.18 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

La valeur de marché est établie par référence à des données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés ; cette valeur est confirmée dans le cas d'instruments complexes par des cotations d'établissements financiers tiers.

Les instruments dérivés dont la maturité est supérieure à douze mois sont présentés en actifs et passifs non courants.

1.20 Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

Les actions LVMH et options d'achat d'actions LVMH détenues par le Groupe sont comptabilisées à leur coût d'acquisition en déduction des capitaux propres consolidés, quel que soit l'objet de leur détention.

En cas de cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation (voir Note 14.2) selon la méthode premier entré – premier sorti (FIFO) à l'exception des actions détenues dans le cadre de plans d'options pour lesquels le calcul est effectué par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré. Les résultats de cession sont inscrits directement en capitaux propres, pour leur montant net d'impôt.

1.21 Retraites, frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Lorsque les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux et autres engagements donnent lieu à cotisations versées par le Groupe à des organismes extérieurs qui assurent le paiement des allocations ou le remboursement des 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 les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux et autres engagements sont à la charge du Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant donne lieu à provision au bilan, la variation de cet engagement étant comptabilisée dans le résultat opérationnel courant de l'exercice, y compris l'effet d'actualisation financière.

Lorsque 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, au bilan, de l'engagement actuariel.

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, de rotation des effectifs et de rentabilité des placements dédiés.

Les effets cumulés des écarts actuariels sont amortis dès lors que ceux-ci excèdent en fin d'exercice 10 % du montant de l'engagement ou de la valeur de marché des placements venant en couverture. L'amortissement de ces écarts se fait à compter de l'exercice suivant leur constatation, sur la durée résiduelle moyenne d'activité du personnel concerné.

1.22 Impôts courants et différés

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 enregistrés en impôts différés actifs qui sont dépréciés le cas échéant, seuls les montants dont l'utilisation est probable étant maintenus 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 sont provisionnés à hauteur des distributions envisagées.

1.23 Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

Les ventes incluent principalement des ventes au détail dans le cadre des magasins du Groupe et des ventes de gros à des distributeurs et agents. Sont assimilées à des opérations au détail les ventes effectuées dans le cadre de magasins appartenant à des tiers si les risques et avantages liés à la propriété du stock sont conservés par le Groupe.

Les ventes au détail proviennent des activités Mode et Maroquinerie, de certaines marques des Parfums et Cosmétiques ou des Montres et Joaillerie ainsi que de la Distribution sélective. Ces ventes sont comptabilisées lors de l'achat par la clientèle.

Les ventes de gros proviennent des activités Vins et Spiritueux et de certaines marques des Parfums et Cosmétiques ou des Montres et Joaillerie. Ces ventes sont comptabilisées lors du transfert de propriété, c'est-à-dire le plus souvent lors de l'expédition.

Les frais d'expédition et de transport refacturés aux clients ne sont compris dans les ventes que lorsqu'ils sont inclus forfaitairement dans le prix des produits.

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 et créances clients correspondantes.

Provision pour retours de produits

Les sociétés du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et dans une moindre mesure des activités Mode et Maroquinerie, ou Montres et Joaillerie, peuvent reprendre auprès de leurs clients et distributeurs les produits invendus ou périmés.

Lorsque cette pratique est établie, les ventes enregistrées sont diminuées d'un montant correspondant à une estimation de ces retours, en contrepartie de la réduction des créances clients et d'une inscription en stocks. Le taux de retour retenu pour l'établissement de ces estimations est calculé sur la base de statistiques.

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 structures communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du résultat et du bilan de ces entités entre LVMH et Diageo étant régi par les accords de distribution. Sur la base de ces accords, LVMH consolide ces structures à hauteur de la quote-part des ventes et des charges concernant ses propres marques.

1.24 Frais de publicité et de promotion

Les frais de publicité et de promotion incluent le coût de la réalisation des supports publicitaires, des achats d'espaces média, de la fabrication d'échantillons et de catalogues et de manière générale, le coût de l'ensemble des activités destinées à la promotion des marques et produits du Groupe.

Les frais de publicité et de promotion sont enregistrés en charge lorsqu'ils sont encourus ; en particulier, le coût des campagnes média est étalé sur la durée de ces campagnes, et le coût des échantillons et catalogues est comptabilisé lors de leur mise à disposition aux clients.

À compter de l'exercice 2009, en application de IAS 38 révisée, les frais de publicité et promotion seront enregistrés lors de la réception ou de la production s'il s'agit de biens ou lors de la réalisation des prestations s'il s'agit de services.

1.25 Plans d'options et assimilés

Les plans d'options d'achat ou de souscription d'actions donnent lieu à enregistrement d'une charge constituée de l'estimation du gain pour les bénéficiaires de ces plans ; l'estimation du gain est calculée le jour du Conseil d'Administration ayant attribué les options, selon la méthode Black et Scholes.

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 décidé le plan et des dividendes anticipés pendant la période d'acquisition des droits.

Pour les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire, l'estimation du gain sur la période d'acquisition des droits est établie, selon le type de plan, comme décrit ci-dessus.

Pour l'ensemble des plans, la charge est répartie linéairement sur la période d'acquisition des droits :

- en contrepartie des réserves pour les plans d'options ou d'attribution ;
- en contrepartie du bilan pour les plans de rémunérations dénoués en numéraire.

2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

2.1 Exercice 2008

Vins et Spiritueux

- Le Groupe a acquis en février 2008, pour 27 millions d'euros, la totalité du capital de la société viticole espagnole Bodega Numantia Termes, producteur de vins de l'appellation Toro ; cette participation a été consolidée à partir de mars 2008.
- En décembre 2008, le Groupe a acquis la totalité du capital de la société champenoise Montaudon, propriétaire de la marque du même nom, pour 29 millions d'euros (dont des frais d'acquisition de 1,2 millions d'euros), hors éventuel complément de prix contractuel. Cette participation sera consolidée à partir de l'exercice 2009.

Au-delà de la période d'acquisition des droits, seuls les plans de rémunérations dénoués en numéraire ont un effet sur le compte de résultat, du montant de la variation du cours de l'action LVMH.

1.26 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 courants du Groupe. Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre et des dépréciations des marques et écarts d'acquisition. Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des plus ou moins values de cession d'actifs immobilisés, des frais de restructuration, des frais liés à des litiges, ou de tout autre produit ou charge non courants susceptibles d'affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

1.27 Résultat par action

Le résultat par action est calculé sur la base du nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice, sous déduction du nombre moyen d'actions auto-détenues.

Le résultat par action après dilution est établi sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution, majoré du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée, durant l'exercice, des options de souscription existantes ou de tout autre instrument dilutif. Les fonds recueillis au titre de ces levées, augmentés de la charge restant à comptabiliser au titre des plans d'options et assimilés (voir Note 1.25), sont présumés affectés, dans ce calcul, au rachat d'actions LVMH à un prix correspondant à leur cours de bourse moyen sur l'exercice.

Montres et Joaillerie

En avril 2008, le Groupe a acquis la totalité du capital de la société horlogère suisse Hublot pour 306 millions d'euros (486 millions de francs suisses), y compris des frais d'acquisition de 2 millions d'euros, ce prix ayant été versé en juillet 2008, après réalisation des conditions suspensives contractuelles. Hublot a été consolidé par intégration globale à partir de mai 2008. Le tableau suivant résume les modalités provisoires d'affectation du prix payé, sur la base du bilan du groupe Hublot à la date du 1^{er} mai 2008 :

(en millions d'euros)	Allocation du prix	Valeur comptable
Marque	219	-
Immobilisations corporelles	7	7
Autres actifs non courants	2	2
Stocks	40	43
Besoin en fonds de roulement, hors stocks	(5)	(5)
Dette financière nette	(3)	(3)
Impôts différés	(57)	(6)
Provisions	(6)	-
Actif net acquis	197	38
Écart d'acquisition	109	
Montant total de l'acquisition	306	

L'écart d'acquisition représente principalement le savoir-faire de la société dans les domaines de la conception et de la fabrication d'instruments horlogers, et les synergies qui résultent de l'intégration de la marque dans le réseau de distribution du groupe d'activités Montres et Joaillerie.

Autres activités

- La participation dans le groupe de presse Les Echos, acquise en décembre 2007 et comptabilisée en Investissements financiers au 31 décembre 2007 a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} janvier 2008. Le prix payé en 2007 pour la totalité du capital est de 244 millions d'euros, dont des frais d'acquisition de 4 millions d'euros, non compris la reprise par LVMH de la dette financière de Pearson vis-à-vis du groupe Les Echos de 107 millions d'euros. Le tableau suivant résume les modalités d'affectation du prix payé, sur la base du bilan du groupe Les Echos à la date du 1^{er} janvier 2008 :

(en millions d'euros)	Allocation du prix	Valeur comptable
Marques et autres immobilisations incorporelles	147	5
Immobilisations corporelles	4	4
Autres actifs non courants	2	2
Besoin en fonds de roulement	(29)	(26)
Créance vis-à-vis de Pearson, reprise par LVMH	107	107
Trésorerie	21	21
Impôts différés	(48)	(1)
Provisions	(14)	(8)
Actif net acquis	190	104
Écart d'acquisition	161	
Montant total de l'acquisition	351	

Les marques et autres immobilisations incorporelles incluent principalement le titre de presse *Les Echos*, ainsi que les bases d'abonnés. Ces immobilisations sont amorties sur une durée

n'excédant pas quinze ans. L'écart d'acquisition reflète notamment le capital humain constitué des équipes rédactionnelles du groupe Les Echos, qui ne peut être reconnu au bilan de façon distincte.

- L'activité du quotidien *La Tribune*, cédée en février 2008, a été déconsolidée à compter de cette date.

- En octobre 2008, le Groupe a acquis une participation de 90 % dans Royal Van Lent, société néerlandaise spécialisée dans la conception et la production de yachts commercialisés sous la marque *Feadship*, le solde de 10 % du capital faisant l'objet d'un engagement d'achat. Royal Van Lent a été consolidée par intégration globale à compter d'octobre 2008. Sont présentées ci-dessous les modalités provisoires d'affectation du prix payé, de 362 millions d'euros, dont des frais d'acquisition de 3 millions d'euros, sur la base du bilan de Royal Van Lent au 1^{er} octobre 2008 ; à la date de clôture, les immobilisations corporelles et incorporelles sont en cours d'évaluation.

(en millions d'euros)	Allocation provisoire du prix
Actifs non courants ⁽¹⁾	5
Stocks et en-cours	47
Autres actifs courants	18
Passifs non courants	(9)
Passifs courants	(16)
Intérêts minoritaires	(14)
Actif net acquis	31
Écart d'acquisition temporaire, dont marque ⁽¹⁾	331
Montant total de l'acquisition	362

(1) En cours d'évaluation.

2.2 Exercice 2007

Vins et Spiritueux

En mai 2007, le Groupe a acquis pour 25 millions d'euros 55 % du capital de Wen Jun Spirits et Wen Jun Spirits Sales, qui produisent et distribuent des alcools blancs en Chine. Le groupe Wen Jun a été consolidé par intégration globale à compter du second semestre.

Également en mai 2007, le Groupe a porté sa participation dans Newton Vineyards de 80 % à 90 % pour un montant de 5 millions de dollars US.

Mode et Maroquinerie

En mai 2007, le Groupe a porté sa participation dans Fendi de 94 % à 100 %, pour un montant de 66 millions d'euros.

Montres et Joaillerie

Omas a été cédé en octobre 2007.

Distribution sélective

En septembre 2007, le Groupe a acquis au Vietnam, en partenariat, une licence de distribution aux opérateurs locaux de duty free ; le prix de cette acquisition, 52 millions de dollars US, représente la valeur des droits de distribution et des stocks.

2.4 Incidence des variations de périmètre sur la trésorerie

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés	(757)	(352)	(50)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	156	16	-
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	2	9	2
(Disponibilités)/découverts bancaires des sociétés cédées	(43)	(2)	-
Incidences des variations de périmètre sur la trésorerie	(642)	(329)	(48)

• En 2008, l'incidence des entrées de périmètre sur la trésorerie du Groupe comprend notamment :

- pour 303 millions d'euros, l'acquisition du groupe Hublot,
- pour 236 millions d'euros, l'acquisition de la société Royal Van Lent,
- pour 29 millions d'euros, l'acquisition de Montaudon,
- pour 27 millions d'euros, l'acquisition de la Bodega Numanthia Termes,
- enfin pour 21 millions d'euros les disponibilités du groupe Les Echos.

Les montants liés aux cessions de titres consolidés représentent pour l'essentiel les effets de la sortie de La Tribune.

• En 2007, l'incidence des entrées de périmètre sur la trésorerie du Groupe incluait :

2.3 Exercice 2006

En 2006, les variations de périmètre étaient constituées d'acquisitions d'intérêts minoritaires, principalement aux États-Unis (Fresh et Donna Karan), ainsi que dans certaines filiales de distribution en Asie.

- pour 240 millions d'euros l'acquisition du groupe Les Echos, non consolidé à cette date,

- pour 66 millions d'euros l'acquisition des intérêts minoritaires dans Fendi,

- pour 20 millions d'euros le montant payé sur l'exercice pour l'acquisition au Vietnam d'une licence de distribution aux opérateurs locaux de duty-free,

- enfin pour 8 millions d'euros l'acquisition de 55 % du groupe Wen Jun.

• En 2006, les effets des entrées de périmètre sur la trésorerie du Groupe comprenaient principalement le solde du paiement échelonné d'intérêts minoritaires dans Fendi à hauteur de 25 millions d'euros, l'acquisition du solde des intérêts minoritaires dans Donna Karan pour 8 millions d'euros et de 15 % de Fresh pour 4 millions d'euros.

2.5 Incidence des acquisitions sur le résultat de l'exercice et informations pro-forma

Les acquisitions n'ont pas eu d'effet significatif sur le résultat de l'exercice.

Si les acquisitions de l'exercice 2008 avaient été effectuées au 1^{er} janvier, les incidences sur le compte de résultat consolidé auraient été les suivantes :

(en millions d'euros)	2008 – Compte de résultat consolidé publié	Ajustements pro forma	2008 – Compte de résultat pro forma
Ventes	17 193	100	17 293
Résultat opérationnel courant	3 628	9	3 637
Résultat net - part du Groupe	2 026	8	2 034

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	6 599	(355)	6 244	5 867	5 768
Enseignes	3 218	(1 309)	1 909	1 819	2 003
Licences de distribution	107	(64)	43	46	234
Droits au bail	254	(152)	102	101	83
Logiciels	367	(257)	110	83	71
Autres	257	(129)	128	83	68
Total	10 802	(2 266)	8 536	7 999	8 227
dont : immobilisations en location financement	14	(14)	-	-	1

3.1 Variations de l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2008 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2007	6 202	3 060	824	10 086
Acquisitions	-	-	111	111
Cessions	(3)	-	(20)	(23)
Effets des variations de périmètre	337	-	41	378
Effets des variations de change	63	158	19	240
Autres mouvements	-	-	10	10
Au 31 décembre 2008	6 599	3 218	985	10 802

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2007	(335)	(1 241)	(511)	(2 087)
Amortissements	(21)	-	(93)	(114)
Dépréciations	-	-	-	-
Cessions	-	-	18	18
Effets des variations de périmètre	-	-	(6)	(6)
Effets des variations de change	1	(68)	(10)	(77)
Autres mouvements	-	-	-	-
Au 31 décembre 2008	(355)	(1 309)	(602)	(2 266)

Valeur nette au 31 décembre 2008	6 244	1 909	383	8 536
---	--------------	--------------	------------	--------------

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2008 proviennent de l'acquisition de Hublot pour 219 millions d'euros et de l'acquisition du groupe Les Echos pour 147 millions d'euros. Voir également Note 2.

Les effets des variations de change proviennent principalement des valeurs incorporelles comptabilisées en dollars US et en francs

suisses, en raison de l'évolution de la parité de ces devises vis-à-vis de l'euro au cours de l'exercice. Il s'agit notamment de l'enseigne DFS et de la marque TAG Heuer.

La valeur brute des marques donnant lieu à amortissement est de 540 millions d'euros au 31 décembre 2008.

3.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2005	5 846	2 204	480	8 530
Acquisitions	-	-	76	76
Cessions	-	-	(2)	(2)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-
Amortissements	(6)	-	(71)	(77)
Dépréciations	-	-	-	-
Effets des variations de change	(72)	(201)	(29)	(302)
Autres	-	-	2	2
Au 31 décembre 2006	5 768	2 003	456	8 227
Acquisitions	60	-	105	165
Cessions	-	-	(6)	(6)
Amortissements	(7)	-	(77)	(84)
Dépréciations	(10)	-	(1)	(11)
Effets des variations de change	(103)	(184)	(16)	(303)
Autres	159	-	(148)	11
Au 31 décembre 2007	5 867	1 819	313	7 999

En juin 2007, le Groupe a acquis la propriété de la marque Belvedere aux États-Unis pour 83 millions de dollars US ; jusqu'à cette date, le Groupe était propriétaire de la marque dans le reste du monde mais la détenait en licence aux États-Unis. Les droits attachés à la licence, soit 244 millions de dollars US, qui étaient comptabilisés en « Autres immobilisations incorporelles », ont été reclassés en « Marques ».

3.3 Marques et enseignes

La répartition des marques et enseignes par groupe d'activités est la suivante :

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Valeur brute	Amortissements et dépréciations	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Vins et Spiritueux	804	(9)	795	854	655
Mode et Maroquinerie	3 875	(311)	3 564	3 563	3 607
Parfums et Cosmétiques	616	(20)	596	595	599
Montres et Joaillerie	1 172	(6)	1 166	835	859
Distribution sélective	3 171	(1 262)	1 909	1 820	2 003
Autres activités	179	(56)	123	19	48
Marques et enseignes	9 817	(1 664)	8 153	7 686	7 771

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2008 :

- Vins et Spiritueux : Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Belvedere, Glenmorangie, Newton Vineyards et Numanthia Termes ;
- Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton, Fendi, Donna Karan New York, Celine, Loewe, Givenchy, Kenzo, Thomas Pink, Berluti et Pucci ;

- Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Make Up for Ever, BeneFit Cosmetics, Fresh et Acqua di Parma ;

- Montres et Joaillerie : TAG Heuer, Zenith, Chaumet, Hublot et Fred ;

- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché ;

- Autres activités : les titres de presse du groupe Les Echos-Investir et la marque Feadship, dont la valeur est en cours d'évaluation au 31 décembre 2008.

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 cession à la date d'établissement des comptes ; c'est notamment le cas, sans que cette liste puisse être considérée comme exhaustive, des marques Louis Vuitton, Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior, ou de l'enseigne Sephora.

Ne figurent pas à l'actif du bilan les marques qui ont été développées par le Groupe, notamment Hennessy, les champagnes Moët & Chandon, Dom Pérignon, Mercier et Ruinart, ainsi que l'enseigne

de joaillerie De Beers développée en joint-venture avec le groupe De Beers.

Les marques et enseignes développées par le Groupe, ainsi que Louis Vuitton, Veuve Clicquot, Parfums Christian Dior et Sephora représentent 30 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 61 % des ventes totales du Groupe.

Voir également Note 5 pour l'évaluation des marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	4 423	(1 085)	3 338	2 742	2 754
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 082	(3)	1 079	2 076	1 783
Total	5 505	(1 088)	4 417	4 818	4 537

Voir également Note 19 pour les écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires.

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

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	5 845	(1 027)	4 818	4 537	4 479
Effets des variations de périmètre	637	2	639	69	11
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	(1 061)		(1 061)	272	220
Variation des dépréciations		(31)	(31)	-	(15)
Effets des variations de change	84	(32)	52	(60)	(158)
Au 31 décembre	5 505	(1 088)	4 417	4 818	4 537

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2008 proviennent de l'impact de la consolidation du groupe Les Echos pour 161 millions d'euros, de l'acquisition de la société Royal Van Lent pour 331 millions d'euros, et de la société Hublot pour 109 millions d'euros. Voir également Note 2.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2007 concernaient pour 39 millions d'euros l'augmentation de la participation du Groupe dans Fendi et pour 14 millions d'euros l'impact de la consolidation de Wen Jun.

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 2008. Comme décrit en Note 1.12, l'évaluation de ces actifs 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 en 2008 pour l'établissement de ces flux prévisionnels sont les suivants :

Groupe d'activités	Durée des plans	Taux d'actualisation avant impôt	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
Vins et Spiritueux	5 ans ⁽¹⁾	10,5 à 17 %	2 %
Mode et Maroquinerie	5 ans ⁽¹⁾	13 à 19 %	2 %
Parfums et Cosmétiques	5 ans	13 à 17 %	2 %
Montres et Joaillerie	5 ans ⁽¹⁾	16 à 17 %	2 %
Distribution sélective	5 ans	12 à 13 %	2 %
Autres	5 ans	10 à 12 %	2 %

(1) Durée pouvant être étendue jusqu'à 10 ans pour les marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production s'étend sur une période supérieure à 5 ans.

Voir également Note 1.1 concernant la prise en compte de la crise économique dans les hypothèses de valorisation des actifs incorporels.

Au 31 décembre 2008, les taux d'actualisation restent similaires à ceux retenus au 31 décembre 2007 en raison d'une évolution compensée sur le marché, à la hausse des primes de risque, et à la baisse des taux d'intérêt.

Les taux de croissance retenus pour la période au-delà de la durée des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

Une variation d'un point du taux d'actualisation, appliquée aux données globales prévisionnelles retenues pour chaque secteur d'activités, ou une réduction à 0,5 % du taux de croissance au-delà de la durée des plans entraînerait une dépréciation des actifs incorporels de deux secteurs d'activités, d'un montant inférieur à 50 millions d'euros.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	724	-	724	690	706
Terres à vignes et vignobles	1 690	(77)	1 613	1 426	1 348
Constructions	1 674	(656)	1 018	992	989
Immeubles locatifs	343	(52)	291	286	297
Installations techniques, matériels et outillages	4 149	(2 511)	1 638	1 430	1 369
Autres immobilisations corporelles et en-cours	1 226	(422)	804	595	464
Total	9 806	(3 718)	6 088	5 419	5 173
dont : immobilisations en location financement	261	(114)	147	161	182
coût historique des terres à vignes et vignobles	557	(77)	480	464	462

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 vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2007	1 499	2 313	333	3 725	983	8 853
Acquisitions	24	46	-	425	462	957
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	173					173
Cessions, mises hors service	(5)	(59)	(1)	(238)	(48)	(351)
Effets des variations de périmètre	1	13	-	16	1	31
Effets des variations de change	(6)	74	7	71	11	157
Autres mouvements, y compris transferts	4	11	4	150	(183)	(14)
Au 31 décembre 2008	1 690	2 398	343	4 149	1 226	9 806

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2007	(73)	(631)	(47)	(2 295)	(388)	(3 434)
Amortissements	(6)	(47)	(5)	(388)	(68)	(514)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	2	27	1	222	35	287
Effets des variations de périmètre	-	-	-	(10)	-	(10)
Effets des variations de change	-	(5)	(1)	(40)	(1)	(47)
Autres mouvements	-	-	-	-	-	-
Au 31 décembre 2008	(77)	(656)	(52)	(2 511)	(422)	(3 718)

Valeur nette au 31 décembre 2008	1 613	1 742	291	1 638	804	6 088
---	--------------	--------------	------------	--------------	------------	--------------

Les acquisitions d'immobilisations corporelles reflètent les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux de Hennessy et Moët & Chandon dans leurs outils de production.

6.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2005	1 217	1 702	312	1 357	395	4 983
Acquisitions	7	106	1	294	289	697
Cessions, mises hors service	-	(2)	-	(5)	-	(7)
Amortissements	(6)	(57)	(5)	(329)	(57)	(454)
Dépréciations	-	-	-	(8)	(1)	(9)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	133					133
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	(7)	(71)	(11)	(61)	(12)	(162)
Autres, y compris transferts	4	17	-	121	(150)	(8)
Au 31 décembre 2006	1 348	1 695	297	1 369	464	5 173
Acquisitions	15	83	1	338	398	835
Cessions, mises hors service	(8)	(2)	-	(40)	-	(50)
Amortissements	(5)	(54)	(4)	(346)	(61)	(470)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	81					81
Effets des variations de change	(6)	(59)	(8)	(48)	(26)	(147)
Autres, y compris transferts	1	19	-	157	(180)	(3)
Au 31 décembre 2007	1 426	1 682	286	1 430	595	5 419

Les acquisitions d'immobilisations corporelles des exercices 2006 et 2007 reflétaient les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	129	-	129	126	128
Part dans le résultat de la période	7	-	7	7	8
Dividendes versés	(7)		(7)	(4)	(7)
Effets des variations de périmètre	84		84	-	(2)
Effets des variations de change	3	-	3	-	(1)
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	216	-	216	129	126

Au 31 décembre 2008, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble à Paris (France), siège social de la Société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ;

- une participation de 45 % dans le groupe détenant les magasins Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de Parfums et Cosmétiques en Russie acquise en octobre 2008.

Les loyers facturés au Groupe par Mongoual sont de 15 millions d'euros en 2008 (15 millions d'euros en 2007 et 14 millions d'euros en 2006).

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques à Ile de Beauté d'octobre à décembre 2008 s'élèvent à 11 millions d'euros.

La participation de 23,1 % dans Micromania a été cédée en 2008.

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	433	(58)	375	823	504

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Au 1^{er} janvier	823	504	451
Acquisitions	62	374	85
Cessions à valeur de vente	(114)	(33)	(162)
Variations de valeur de marché	(14)	(8)	132
Reclassements en titres consolidés	(352)	-	-
Variation du montant des dépréciations	(34)	-	5
Effets des variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	4	(14)	(7)
Au 31 décembre	375	823	504

Les acquisitions 2008 incluent la société Montaudon à hauteur de 29 millions d'euros ; cette acquisition sera consolidée sur l'exercice 2009. La variation de trésorerie relative à cette acquisition est classée dans le tableau de variation de trésorerie consolidée en « Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés ». Voir Note 2 Variations de périmètre.

Les acquisitions de l'exercice 2007 étaient constituées principalement du groupe Les Echos à hauteur de 350 millions d'euros ; cette acquisition a été consolidée sur l'exercice 2008.

Les cessions de l'exercice 2008 incluent en particulier la quote-part de LVMH dans les opérations effectuées par le fonds L Capital, notamment la cession de la participation dans le distributeur français de jeux vidéo Micromania.

Les cessions de l'exercice 2006 concernaient principalement diverses participations détenues par le FCPR L Capital.

Les résultats de cession sont analysés en Note 25 Résultat financier.

Les dépréciations sont établies par référence aux principes comptables décrits en Note 1.13.

Au 31 décembre 2008, les investissements financiers détenus par le Groupe sont notamment les suivants :

(en millions d'euros)	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Écarts de réévaluation	Dividendes encaissés	Capitaux propres ⁽³⁾	Résultat net ⁽³⁾
L Capital FCPR (France) ⁽²⁾	45,8 %	8	(32)	-	107	(2)
L Capital 2 FCPR (France) ⁽²⁾	18,5 %	56	14	-	206	(6)
Tod's Spa (Italie) ⁽¹⁾	3,5 %	32	(15)	1	567	77
Xinyu Hengdeli Holdings Ltd (Chine) ⁽¹⁾	7,5 %	21	-	1	209	41
Autres participations		229	41	8		
Sous-total		346	8	10		
Montaudon	100 %	29				
Total		375	8	10		

(1) Évaluation au cours de bourse de clôture au 31 décembre 2008.

(2) Évaluation en valeur de réalisation estimée.

(3) Les données comptables fournies sont antérieures au 31 décembre 2008, les chiffres à fin 2008 étant indisponibles à la date d'établissement des états financiers.

L Capital FCPR est un fonds d'investissement dont les statuts et modalités de fonctionnement ne permettent pas à LVMH d'exercer un contrôle exclusif ou conjoint, ou une influence notable, sur les participations détenues.

9. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	2 928	2 683	2 406
Autres matières premières et en-cours	708	460	421
	3 636	3 143	2 827
Marchandises	579	476	456
Produits finis	2 126	1 739	1 621
	2 705	2 215	2 077
Valeur brute	6 341	5 358	4 904
Provision pour dépréciation	(574)	(546)	(521)
Valeur nette	5 767	4 812	4 383

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Au 1^{er} janvier	5 358	(546)	4 812	4 383	4 134
Augmentation du stock brut	826		826	565	346
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	24		24	35	23
Variation de la provision pour dépréciation		(62)	(62)	(48)	21
Effets des variations de périmètre	86	(2)	84	25	-
Effets des variations de change	115	(26)	89	(148)	(141)
Reclassements	(68)	62	(6)	-	-
Au 31 décembre	6 341	(574)	5 767	4 812	4 383

Les effets de la mise à valeur de marché des vendanges sur le coût des ventes des activités Vins et Spiritueux sont les suivants :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	53	50	41
Effets des sorties de stocks	(29)	(15)	(18)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	24	35	23

10. CLIENTS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Créances à valeur nominale	1 843	1 780	1 650
Provision pour dépréciation	(58)	(53)	(54)
Provision pour retours et reprises de produits	(135)	(132)	(135)
Montant net	1 650	1 595	1 461

La valeur actuelle des créances clients n'est pas différente de leur valeur comptable.

Le montant de la dotation aux provisions pour dépréciation est, pour 2008, de 12 millions d'euros (9 millions d'euros en 2007, 7 millions d'euros en 2006).

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres magasins représente environ 54 % des ventes. Le solde clients est

constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, de nombre limité et avec lesquels le Groupe entretient des relations continues le plus souvent. Des assurances crédit sont souscrites lorsque la probabilité de non-recouvrement de ces créances le justifie.

Au 31 décembre 2008, 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	Provision pour dépréciation	Valeur nette des créances
Non échues :	- moins de 3 mois	1 512	(5)	1 507
	- plus de 3 mois	53	(1)	52
		1 565	(6)	1 559
Échues :	- moins de 3 mois	193	(15)	178
	- plus de 3 mois	85	(37)	48
		278	(52)	226
Total		1 843	(58)	1 785

11. AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2008	2007	2006
Placements financiers	590	879	607
Instruments dérivés	265	311	242
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	284	249	231
Fournisseurs : avances et acomptes	141	109	100
Charges constatées d'avance	302	233	225
Autres créances, nettes	233	220	182
Total	1 815	2 001	1 587

Les charges constatées d'avance sont constituées à hauteur de 125 millions d'euros au 31 décembre 2008 (94 millions d'euros au 31 décembre 2007, 88 millions d'euros au 31 décembre 2006) d'échantillons et matériels publicitaires ; ceux-ci concernent essentiellement les activités Parfums et Cosmétiques.

Au 1^{er} janvier 2009, par application d'IAS 38 révisée, un montant de 116 millions d'euros sera reclassé en capitaux propres (140 millions après prise en compte des éléments figurant en stock ou en immobilisations). Voir Note 1.2 Évolution du référentiel comptable en 2008.

La valeur de marché des autres actifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Voir également Note 12 Placements financiers et Note 21 Instruments financiers et gestion des risques de marché.

12. PLACEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	471	601	462
Valeurs mobilières de placement cotées	119	278	145
Total	590	879	607
dont coût historique des placements financiers	679	741	506

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Au 1^{er} janvier	879	607	421
Acquisitions	107	370	336
Cessions à valeur de vente	(115)	(92)	(156)
Effets des variations de valeur de marché	(233)	58	42
Variation du montant des dépréciations	(92)	-	-
Effets des variations de périmètre	1	-	-
Effets des variations de change	43	(64)	(36)
Au 31 décembre	590	879	607

Les résultats de cession sont analysés en Note 25 Résultat financier.

Voir également Note 1.13 pour le mode de détermination des dépréciations des placements financiers.

13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Dépôts à terme à moins de trois mois	64	426	126
Parts de SICAV et FCP monétaires	72	48	49
Comptes bancaires	877	1 085	1 047
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	1 013	1 559	1 222

Au 31 décembre 2007, la trésorerie et équivalents de trésorerie incluait un en-cours de 28 millions d'euros constituant la garantie de dettes financières de même montant (50 millions d'euros au 31 décembre 2006).

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 013	1 559	1 222
Découverts bancaires	(295)	(472)	(457)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	718	1 087	765

14. CAPITAUX PROPRES

14.1 Capital

Au 31 décembre 2008, le capital est constitué de 489 937 410 actions (489 937 410 aux 31 décembre 2007 et 2006), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 226 413 842 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (225 670 036 au 31 décembre 2007, 219 487 441 au 31 décembre 2006).

Les variations du capital social, en nombre d'actions et en valeur, s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008		2007		2006	
	Nombre d'actions	Valeur	Nombre d'actions	Valeur	Nombre d'actions	Valeur
Capital social au 1^{er} janvier	489 937 410	147	489 937 410	147	489 937 410	147
Levées d'options de souscription d'actions	92 600	-	-	-	-	-
Annulation d'actions	(92 600)	-	-	-	-	-
Capital social au 31 décembre	489 937 410	147	489 937 410	147	489 937 410	147

14.2 Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

Le portefeuille d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH, ainsi que leur affectation, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008		2007	2006
	Nombre	Valeur	Valeur	Valeur
Plans d'options d'achat	4 892 048	279	340	592
Plans d'attribution d'actions gratuites	311 459	23	22	15
Autres plans	10 497 384	487	418	301
Couverture des plans d'options et assimilés	15 700 891	789	780	908
Contrat de liquidité	355 300	16	11	17
Actions destinées à être annulées	820 000	56	-	-
Actions LVMH	16 876 191	861	791	925
Calls sur actions LVMH ⁽¹⁾	2 970 200	122	86	94
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	19 846 391	983	877	1 019

(1) Nombre d'actions pouvant être obtenues en cas d'exercice de la totalité des calls en vie à la clôture et montant des primes versées au titre de ces contrats.

Jusqu'à l'exercice 2006, les actions LVMH livrables dans le cadre de plans d'options d'achat étaient détenues par le Groupe et affectées à ces plans dès leur mise en place. Au cours du premier semestre 2006, ce mode de couverture a été remplacé pour certains plans existants par l'achat d'options d'achat d'actions LVMH (« calls ») ; les actions auxquelles les calls se sont substitués ont été réaffectées à la couverture de plans autres que les plans d'options d'achat.

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

Au 31 décembre 2008, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité n'est pas différente de leur valeur comptable, soit 16 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2008, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2007	15 423 024	791	
Achats d'actions, y.c. par exercice de calls	5 333 529	337	(327)
Exercices d'options d'achat	(278 226)	(26)	10
Attribution définitive d'actions gratuites	(154 090)	(9)	-
Annulation d'actions	(92 600)	(4)	-
Cessions à valeur de vente	(3 355 446)	(220)	220
Plus value/(moins value) de cession		(8)	-
Au 31 décembre 2008	16 876 191	861	(97)

Calls sur actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2007	2 014 000	86	
Achat de calls	1 159 200	46	(46)
Exercice de calls	(203 000)	(10)	-
Au 31 décembre 2008	2 970 200	122	(46)

14.3 Dividendes versés par la société mère LVMH SA

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 2008, le montant distribuable s'élève ainsi à 4 931 millions d'euros ; il est de 4 319 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2008.

(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)	2008	2007	2006
Acompte au titre de l'exercice en cours (2008 : 0,35 euro ; 2007 : 0,35 euro ; 2006 : 0,30 euro)	171	171	147
Dont : effet des actions auto-détenues	(5)	(5)	(5)
	166	166	142
Solde au titre de l'exercice précédent (2007 : 1,25 euro ; 2006 : 1,10 euro ; 2005 : 0,90 euro)	612	539	441
Dont : effet des actions autodétenues	(20)	(19)	(17)
	592	520	424
Montant brut total versé au cours de la période ⁽¹⁾	758	686	566

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2008, proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires du 14 mai 2009, est de 1,25 euro par action, soit un décaissement total de 612 millions d'euros avant effet de l'auto-détention.

14.4 Écarts de réévaluation

Les écarts de réévaluation enregistrent les gains et pertes latents au titre des investissements et placements financiers, des instruments de couverture de flux de trésorerie futurs en devises et des terres à vignes, essentiellement en Champagne.

Ces écarts ont évolué de la façon suivante sur les exercices présentés :

Capitaux propres – part du Groupe

<i>(en millions d'euros)</i>	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part du Groupe
Au 31 décembre 2005	245	(9)	422	658
Variation de valeur	284	155	105	544
Transfert en résultat de la période	(157)	(55)	-	(212)
Effets d'impôt	(2)	(35)	(36)	(73)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	125	65	69	259
Au 31 décembre 2006	370	56	491	917
Variation de valeur	8	198	63	269
Transfert en résultat de l'exercice	(29)	(148)	-	(177)
Effets d'impôt	18	(30)	(21)	(33)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	(3)	20	42	59
Au 31 décembre 2007	367	76	533	976
Variation de valeur	(186)	123	137	74
Transfert en résultat de l'exercice	(66)	(180)	-	(246)
Effets d'impôt	21	40	(47)	14
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	(231)	(17)	90	(158)
Au 31 décembre 2008	136	59	623	818

Intérêts minoritaires

<i>(en millions d'euros)</i>	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2005	(2)	72	70
Variation de valeur	20	29	49
Transfert en résultat de l'exercice	(6)	-	(6)
Effets d'impôt	(4)	(10)	(14)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	10	19	29
Au 31 décembre 2006	8	91	99
Variation de valeur	30	17	47
Transfert en résultat de l'exercice	(20)	-	(20)
Effets d'impôt	(3)	(5)	(8)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	7	12	19
Au 31 décembre 2007	15	103	118
Variation de valeur	15	35	50
Transfert en résultat de l'exercice	(26)	-	(26)
Effets d'impôt	3	(12)	(9)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	(8)	23	15
Au 31 décembre 2008	7	126	133

14.5 Écarts de conversion

La variation du montant des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres et leur solde de clôture, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analysent par devise de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008	Variation	2007	2006
Dollar US	(344)	201	(545)	(154)
Yen japonais	70	99	(29)	(17)
Hong Kong dollar	5	66	(61)	(11)
Livre sterling	(109)	(102)	(7)	29
Autres devises	38	45	(7)	17
Couvertures d'actifs nets en devises ⁽¹⁾	(31)	(72)	41	17
Total	(371)	237	(608)	(119)

(1) Voir Note 17.5 Analyse de la dette financière brute par devise après effets des instruments dérivés.

14.6 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. En outre, la qualité de crédit et la sécurisation des créanciers obligataires et bancaires du Groupe constituent un objectif en soi.

Le Groupe gère sa structure financière avec pour but de disposer d'une forte flexibilité financière, ce qui permet à la fois de saisir des opportunités et de bénéficier d'une large capacité d'accès aux marchés à des conditions favorables.

À cette fin, le Groupe suit un certain nombre de ratios et d'agrégats :

- dette financière nette (voir Note 17) sur capitaux propres ;
- dette financière nette sur capacité d'autofinancement générée par l'activité ;
- capitaux permanents sur actifs immobilisés ;
- capacité d'autofinancement ;
- variation de trésorerie avant opérations de financement ;
- 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.

Le Groupe recherche, pour ces indicateurs, un niveau lui permettant de bénéficier d'une flexibilité financière appréciable.

La société LVMH SA observe une politique constante de distribution, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance 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.

En particulier, les lignes de crédit confirmées non tirées ont vocation à aller bien au-delà de la couverture de l'encours du programme de billets de trésorerie.

15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

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

L'Assemblée Générale du 11 mai 2006 a autorisé le Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2009, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat dans la limite de 3 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de 10 ans et les options sont exerçables après un délai de trois ou quatre ans, selon que les plans ont été émis antérieurement ou postérieurement à 2004, à l'exception du plan d'achat du 14 mai 2001, portant initialement sur 1 105 877 options, dont la durée est de huit ans et pour lequel les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans.

Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, le délai d'acquisition des droits de trois ou quatre ans ne s'applique pas.

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

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée Générale du 15 mai 2008 a autorisé le Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2011, à procéder, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou des dirigeants des sociétés du Groupe, à des attributions d'actions gratuites existantes ou à émettre dans la limite de 1 % du capital de la société au jour de cette autorisation.

L'attribution des actions gratuites à leurs bénéficiaires est définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans, au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pour une durée complémentaire de deux ans.

Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En complément des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, le Groupe met en place des plans équivalents à des plans d'options d'achat ou à des plans d'attribution d'actions gratuites en termes de gains pour le bénéficiaire, mais dénouables en numéraire et non en titres. La durée d'acquisition des droits est de quatre ans.

15.1 Plans d'options de souscription

Les principales caractéristiques des plans d'options de souscription ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées	Prix d'exercice (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2008	Nombre d'options caduques en 2008	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2008
21 janvier 2004	2 720 425	55,70	4 ans	92 200	6 150	2 539 275
"	27 050	58,90	"	400	-	22 650
12 mai 2005	1 852 150	52,82	"	-	20 250	1 808 325
"	72 250	55,83	"	-	200	70 550
11 mai 2006	1 674 709	78,84	"	-	10 400	1 651 659
"	114 650	82,41	"	-	-	113 950
10 mai 2007	1 679 988	86,12	"	-	9 653	1 669 731
15 mai 2008	1 621 882	72,50	"	-	4 800	1 617 082
"	76 438	72,70	"	-	-	76 438
				92 600	51 453	9 569 660

Le nombre d'options de souscription non exercées et les prix d'exercices moyens pondérés ont évolué comme suit au cours des exercices présentés :

	2008		2007		2006	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options de souscription non exercées au 1^{er} janvier	8 015 393	66,60	6 426 534	61,39	4 637 175	54,57
Attributions	1 698 320	72,51	1 679 988	86,12	1 789 359	79,07
Options caduques	(51 453)	66,52	(91 129)	58,76	-	-
Options exercées	(92 600)	55,71	-	-	-	-
Options de souscription non exercées au 31 décembre	9 569 660	67,76	8 015 393	66,60	6 426 534	61,39

15.2 Plans d'options d'achat

Les principales caractéristiques des plans d'options d'achat ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾	Prix d'exercice (en euros) ^{(2) (3)}	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2008 ⁽³⁾	Nombre d'options caduques en 2008 ⁽³⁾	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2008 ⁽³⁾
29 janvier 1998	269 130	25,92	3 ans	40 280	69 605	-
16 mars 1998	15 800	31,25	"	-	-	-
20 janvier 1999	320 059	32,10	"	110 140	2 200	91 450
16 septembre 1999	44 000	54,65	"	-	-	150 000
19 janvier 2000	376 110	80,10	"	-	17 050	1 586 800
23 janvier 2001	2 649 075	65,12	"	6 250	18 400	1 822 665
6 mars 2001	40 000	63,53	"	-	-	30 000
14 mai 2001	1 105 877	66,00	4 ans	2 775	-	478 319
14 mai 2001	552 500	61,77	3 ans	-	-	552 500
12 septembre 2001	50 000	52,48	"	-	-	50 000
22 janvier 2002	3 256 700	43,30	"	36 018	3 000	1 877 194
22 janvier 2002	27 400	45,70	"	-	-	5 750
15 mai 2002	8 560	54,83	"	-	-	5 560
22 janvier 2003	3 155 225	37,00	"	82 363	2 300	1 179 610
22 janvier 2003	58 500	38,73	"	400	-	32 400
				278 226	112 555	7 862 248

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan non retraité des ajustements liés aux attributions d'actions gratuites à raison d'une pour dix de juin 1999, et à la division du nominal par cinq de juillet 2000.

(2) Les chiffres antérieurs à l'exercice 1999 résultent de la conversion en euros de données établies à l'origine en francs.

(3) Ajusté du fait des opérations visées ci-dessus au (1).

Le nombre d'options d'achat non exercées et les prix d'exercices moyens pondérés ont évolué comme suit au cours des exercices présentés :

	2008		2007		2006	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options d'achat non exercées au 1^{er} janvier	8 253 029	56,74	12 635 926	51,36	14 927 777	49,48
Attributions	-	-	-	-	-	-
Options caduques	(112 555)	41,35	(544 795)	56,24	(48 893)	63,59
Options exercées	(278 226)	35,20	(3 838 102)	39,06	(2 242 958)	39,83
Options d'achat non exercées au 31 décembre	7 862 248	57,73	8 253 029	56,74	12 635 926	51,36

15.3 Plans d'attribution d'actions gratuites

Les principales caractéristiques des plans d'attribution d'actions gratuites ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date de l'Assemblée	Date d'ouverture du plan	Nombre d'actions attribuées	Période d'acquisition des droits	Attributions caduques en 2008	Remise définitive des actions en 2008	Nombre d'actions attribuées au 31/12/2008
12 mai 2005	11 mai 2006	164 306	2 ans	5 606	154 090	-
12 mai 2005	10 mai 2007	152 076	"	3 321	-	148 487
15 mai 2008	15 mai 2008	162 972	"	-	-	162 972
				8 927	154 090	311 459

15.4 Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

Un plan équivalent à l'attribution de 52 923 actions gratuites a été mis en place le 15 mai 2008.

Les plans restant ouverts au 31 décembre, par nature et en nombre équivalent d'actions, ainsi que la provision inscrite au bilan de clôture au titre de ces plans, s'analysent de la façon suivante :

	2008	2007	2006
Nature du plan de référence (en nombre équivalent d'actions)			
Plan d'options d'achat	322 945	334 220	376 808
Plan d'actions gratuites	147 511	96 818	49 170
Provision au 31 décembre (en millions d'euros)	4	11	7

15.5 Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	44	43	34
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	(6)	3	1
Charge de l'exercice	38	46	35

Sont pris en compte en 2006, 2007 et 2008 tous les plans dont la période d'acquisition des droits était ouverte à la date du 1^{er} janvier 2004, date de transition aux IFRS.

Dans le calcul ci-dessus, la valeur unitaire de chaque plan d'options est déterminée selon la méthode Black et Scholes, comme décrit en Note 1.25. Les paramètres et hypothèses retenus pour cette évaluation sont les suivants :

	Plans 2008	Plans 2007	Plans 2006
Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (en euros)	75,01	86,67	84,05
Prix d'exercice moyen (en euros)	72,51	86,12	79,07
Volatilité du cours de l'action LVMH	27,5 %	24,0 %	24,5 %
Taux de distribution de dividendes	2,4 %	2,0 %	1,4 %
Taux de placement sans risque	4,1 %	4,4 %	4,1 %
Période d'acquisition des droits	4 ans	4 ans	4 ans

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

Les valeurs unitaires moyennes des options de souscription et des actions gratuites attribuées en 2008 sont de 20,44 euros et 71,66 euros, respectivement.

16. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Au 1^{er} janvier	938	991	1 025
Part des minoritaires dans le résultat	292	306	281
Dividendes versés aux minoritaires	(188)	(156)	(120)
Effets des variations de périmètre :			
acquisition de titres de minoritaires de Fendi	-	(27)	(2)
acquisition de titres de minoritaires de Donna Karan	-	-	(4)
consolidation de Wen Jun	-	9	-
consolidation de Royal Van Lent	14	-	-
autres variations de périmètre	6	3	-
Total des effets des variations de périmètre	20	(15)	(6)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	4	1	6
Part des minoritaires dans les variations suivantes :			
écarts de réévaluation	15	19	29
écarts de conversion	45	(86)	(90)
charges liées aux plans d'options	3	4	3
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	(139)	(126)	(137)
Au 31 décembre	990	938	991

Voir également Note 14.4 pour l'analyse de la part des minoritaires dans les variations des écarts de réévaluation.

17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

17.1 Dette financière nette

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Dette financière à plus d'un an	3 738	2 477	3 235
Dette financière à moins d'un an	1 847	3 138	2 100
Dette financière brute	5 585	5 615	5 335
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(70)	(51)	(74)
Autres dérivés	(4)	-	-
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	5 511	5 564	5 261
Placements financiers	(590)	(879)	(607)
Autres actifs financiers	(39)	(32)	(32)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 013)	(1 559)	(1 222)
Dette financière nette	3 869	3 094	3 400

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 19).

Le montant relatif aux instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt est détaillé en Note 21.

17.2 Analyse de la dette financière brute par nature

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Emprunts obligataires et EMTN	2 735	2 169	2 777
Crédit-bail et locations de longue durée	128	117	131
Emprunts auprès des établissements de crédit	875	191	327
Dette financière à plus d'un an	3 738	2 477	3 235
Emprunts obligataires et EMTN	127	791	219
Crédit-bail et locations de longue durée	23	18	22
Emprunts auprès des établissements de crédit	126	117	170
Billets de trésorerie	717	1 086	516
Autres emprunts et lignes de crédit	492	583	624
Titres à durée indéterminée (TDI)	-	-	12
Découverts bancaires	295	472	457
Intérêts courus	67	71	80
Dette financière à moins d'un an	1 847	3 138	2 100
Dette financière brute totale	5 585	5 615	5 335
Valeur de marché de la dette financière brute	5 697	5 603	5 351

La part de la dette financière comptabilisée selon l'option juste valeur décrite en Note 1.18 était de 290 millions d'euros au 31 décembre 2007 et de 292 millions d'euros au 31 décembre 2006 ; son nominal était de 535 millions d'euros au 31 décembre 2007 et de 1 297 millions d'euros au 31 décembre 2006.

17.3 Emprunts obligataires et EMTN

(en millions d'euros)	Échéance	Taux effectif initial ⁽¹⁾ (%)	2008	2007	2006
CHF 200 000 000 ; 2008	2015	4,04	135	-	-
CHF 200 000 000 ; 2008	2011	3,69	135	-	-
EUR 760 000 000 ; 2005 et 2008 ⁽²⁾	2012	3,76	749	598	598
CHF 300 000 000 ; 2007	2013	3,46	206	185	-
EUR 600 000 000 ; 2004	2011	4,74	609	604	606
EUR 750 000 000 ; 2003	2010	5,05	742	742	746
EUR 500 000 000 ; 2001	2008	6,27	-	502	508
Émissions publiques			2 576	2 631	2 458
en euros			-	289	480
en devises			286	40	58
Placements privés EMTN			286	329	538
Total emprunts obligataires et EMTN			2 862	2 960	2 996

(1) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

(2) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 600 millions d'euros émis en 2005 à un taux effectif initial de 3,43 % et d'un abondement de 160 millions d'euros réalisé en 2008 à un taux effectif de 4,99 %.

17.4 Analyse de la dette financière brute par échéance

(en millions d'euros)	2008	(en millions d'euros)	Échéance 2009
Échéance : 2009	1 847	Premier trimestre	1 428
2010	1 225	Deuxième trimestre	167
2011	934	Troisième trimestre	107
2012	758	Quatrième trimestre	145
2013	486	Total	1 847
Au-delà	335		
Total	5 585		

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Euro	3 984	4 110	3 348
Dollar US	145	217	431
Franc suisse	806	666	814
Yen	383	296	253
Autres devises	193	275	415
Total	5 511	5 564	5 261

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

17.6 Analyse de la dette financière brute par nature de taux après effets des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Taux variable	2 294	2 963	1 756
Taux variable plafonné	-	-	1 400
Taux fixe	3 217	2 601	2 105
Total	5 511	5 564	5 261

17.7 Sensibilité

Sur la base de la dette au 31 décembre 2008 :

- une hausse instantanée de 1 point sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une augmentation de 23 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés ;
- une baisse instantanée de 1 point de ces mêmes courbes aurait pour effet une diminution de 23 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une hausse de 52 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés.

Ces variations resteraient sans incidence sur le montant des capitaux propres au 31 décembre 2008, en raison de l'absence de couverture de la charge d'intérêt future.

17.8 Covenants

Le Groupe s'est engagé, dans le cadre de certaines conventions de crédit à long terme, à respecter soit un ratio de dette financière nette sur capitaux propres, soit un ratio de couverture de la dette financière nette par les cash-flows de l'année.

Les niveaux actuels de ces ratios sont très éloignés des seuils contractuels, de telle sorte que le Groupe dispose d'une flexibilité financière élevée au regard de ces engagements.

17.9 Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2008, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,4 milliards d'euros.

17.10 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2008, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 100 millions d'euros.

18. PROVISIONS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	230	237	260
Provisions pour risques et charges	707	712	685
Provisions pour réorganisation	34	27	38
Part à plus d'un an	971	976	983
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	6	5	4
Provisions pour risques et charges	229	228	142
Provisions pour réorganisation	71	63	109
Part à moins d'un an	306	296	255
Total	1 277	1 272	1 238

Au cours de l'exercice 2008, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 déc. 2007	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 déc. 2008
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	242	38	(41)	(6)	2	1	236
Provisions pour risques et charges	940	167	(119)	(62)	14	(4)	936
Provisions pour réorganisation	90	46	(39)	(4)	12	-	105
Total	1 272	251	(199)	(72)	28	(3)	1 277
dont : résultat opérationnel courant		121	(125)	(53)			
résultat financier		-	-	-			
autres		130	(74)	(19)			

Les provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés sont analysées en Note 28.

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités du Groupe : ces activités sont en effet menées dans le contexte d'un cadre réglementaire international souvent imprécis, évoluant selon les pays et dans le temps, et s'appliquant à des domaines aussi variés que la composition des produits ou le calcul de l'impôt.

19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Engagements d'achat de titres de minoritaires	2 963	3 862	3 490
Instruments dérivés	27	20	17
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	88	109	100
Autres dettes	175	156	148
Total	3 253	4 147	3 755

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

Aux 31 décembre 2006, 2007 et 2008, 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 SNC, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur de marché à la date d'exercice de la promesse. Dans le calcul de l'engagement, la valeur de marché a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux

données opérationnelles consolidées de Moët Hennessy.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre l'engagement relatif aux minoritaires de BeneFit (20 %), et aux minoritaires de Sephora dans différents pays.

La valeur de marché des autres passifs non courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

20. AUTRES PASSIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Instruments dérivés	166	27	30
Personnel et organismes sociaux	562	514	488
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	66	39	29
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	245	234	239
Clients : avances et acomptes versés	203	77	68
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	170	271	168
Produits constatés d'avance	69	49	47
Autres dettes	385	341	341
Total	1 866	1 552	1 410

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

La valeur de marché des autres passifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Les instruments dérivés sont analysés en Note 21.

21. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont pour objet principal la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine.

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

La gestion de ces risques de marché et les transactions sur instruments financiers sont effectuées de façon centralisée.

Le Groupe a mis en place une politique, des règles de gestion et des procédures 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 (front-office), de gestion administrative (back-office) et de contrôle financier.

Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Comité d'Audit. Les décisions de couverture sont prises selon un processus établi qui comprend des présentations régulières au Comité Exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

Les contreparties sont retenues en fonction d'un niveau de notation minimum et selon une approche de diversification des risques.

21.2 Présentation des instruments financiers au bilan

Ventilation des actifs et passifs financiers selon les catégories d'évaluation définies par IAS 39

En complément des principes comptables appliqués décrits en Notes 1.13, 1.16, 1.18 et 1.19, ces tableaux appellent les précisions suivantes :

- la juste valeur peut être considérée comme proche de la valeur de marché, celle-ci étant définie comme le prix qu'un tiers informé agissant librement serait prêt à verser ou recevoir pour l'actif ou le passif concerné ;
- la catégorie « Autres et non financier » inclut les charges et produits constatés d'avance, les dettes fournisseurs, les engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Notes 1.10 et 19), ainsi que les autres passifs hors instruments dérivés.

Exercice 2008

31 décembre 2008 (en millions d'euros)	Notes	Valeur au bilan	Juste valeur	Prêts et créances	Actifs disponibles à la vente	Instruments dérivés	Variation de valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Autres et non financier
Investissements financiers	8	375	375	-	375	-	-	-	-
Autres actifs non courants		841	841	648	-	193	-	-	-
Créances clients et comptes rattachés	10	1 650	1 650	1 650	-	-	-	-	-
Autres actifs courants	11	1 815	1 815	658	590	265	-	-	302
Trésorerie et équivalents	13	1 013	1 013	-	-	-	1 013	-	-
Actifs		5 694	5 694	2 956	965	458	1 013		302
Dettes financières à long terme	17	3 738	3 848	-	-	-	-	3 738	-
Autres passifs non courants	19	3 253	3 253	-	-	27	-	-	3 226
Dettes financières à court terme	17	1 847	1 849	-	-	-	-	1 847	-
Fournisseurs et comptes rattachés		2 292	2 292	-	-	-	-	-	2 292
Autres passifs courants	20	1 866	1 866	-	-	166	-	-	1 700
Passifs		12 996	13 108			193	0	5 585	7 218

Exercice 2007

31 décembre 2007 (en millions d'euros)	Notes	Valeur au bilan	Juste valeur	Prêts et créances	Actifs disponibles à la vente	Instruments dérivés	Variation de valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Autres et non financier
Investissements financiers	8	823	823	-	823	-	-	-	-
Autres actifs non courants		586	586	562	-	24	-	-	-
Créances clients et comptes rattachés	10	1 595	1 595	1 595	-	-	-	-	-
Autres actifs courants	11	2 001	2 001	578	879	311	-	-	233
Trésorerie et équivalents	13	1 559	1 559	-	-	-	1 559	-	-
Actifs		6 564	6 564	2 735	1 702	335	1 559		233
Dettes financières à long terme	17	2 477	2 464	-	-	-	-	2 477	-
Autres passifs non courants	19	4 147	4 147	-	-	20	-	-	4 127
Dettes financières à court terme	17	3 138	3 139	-	-	-	290	2 848	-
Fournisseurs et comptes rattachés		2 095	2 095	-	-	-	-	-	2 095
Autres passifs courants	20	1 552	1 552	-	-	27	-	-	1 525
Passifs		13 409	13 397			47	290	5 325	7 747

Exercice 2006

31 décembre 2006 (en millions d'euros)	Notes	Valeur au bilan	Juste valeur	Prêts et créances	Actifs disponibles à la vente	Instruments dérivés	Variation de valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Autres et non financier
Investissements financiers	8	504	504	-	504	-	-	-	-
Autres actifs non courants		658	658	627	-	31	-	-	-
Créances clients et comptes rattachés	10	1 461	1 461	1 461	-	-	-	-	-
Autres actifs courants	11	1 587	1 587	513	607	242	-	-	225
Trésorerie et équivalents	13	1 222	1 222	-	-	-	1 222	-	-
Actifs		5 432	5 432	2 601	1 111	273	1 222	-	225
Dettes financières à long terme	17	3 235	3 251	-	-	-	280	2 955	-
Autres passifs non courants	19	3 755	3 755	-	-	17	-	-	3 738
Dettes financières à court terme	17	2 100	2 100	-	-	-	12	2 088	-
Fournisseurs et comptes rattachés		1 899	1 899	-	-	-	-	-	1 899
Autres passifs courants	20	1 410	1 410	-	-	30	-	-	1 380
Passifs		12 399	12 415	-	-	47	292	5 043	7 017

Ventilation par méthode d'évaluation des actifs et passifs financiers évalués selon la méthode de la juste valeur

(en millions d'euros)	2008			2007			2006		
	Actifs disponibles à la vente	Instruments dérivés	Variation de valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Instruments dérivés	Variation de valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Instruments dérivés	Variation de valeur par résultat
Valeur de marché publiée	302	-	1 013	517	-	1 559	405	-	1 222
Méthode d'évaluation :									
- avec paramètres observables sur le marché	471	458	-	601	335	-	463	273	-
- avec paramètres non observables sur le marché	163	-	-	234	-	-	243	-	-
Autres ⁽¹⁾	29	-	-	350	-	-	-	-	-
Actifs	965	458	1 013	1 702	335	1 559	1 111	273	1 222
Valeur de marché publiée	-	-	-	-	-	290	-	-	292
Méthode d'évaluation :									
- avec paramètres observables sur le marché	-	193	-	-	47	-	-	47	-
- avec paramètres non observables sur le marché	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Passifs		193	-		47	290		47	292

(1) Ceci correspond au prix d'acquisition de Montaudon au 31 décembre 2008 et au prix d'acquisition du groupe Les Echos au 31 décembre 2007.

21.3 Synthèse des instruments dérivés

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

(en millions d'euros)		Note	2008	2007	2006
Risque de taux d'intérêt					
Actifs :	non courants		36	18	29
	courants		80	73	89
Passifs :	non courants		(25)	(20)	(17)
	courants		(21)	(20)	(27)
		21.4	70	51	74
Risque de change					
Actifs :	non courants		17	6	2
	courants		185	238	153
Passifs :	non courants		(2)	-	-
	courants		(70)	(7)	(3)
		21.5	130	237	152
Autres risques					
Actifs :	non courants		140	-	-
	courants		-	-	-
Passifs :	non courants		-	-	-
	courants		(75)	-	-
			65	-	-
Total					
Actifs :	non courants		193	24	31
	courants	11	265	311	242
Passifs :	non courants	19	(27)	(20)	(17)
	courants	20	(166)	(27)	(30)
			265	288	226

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

Le Groupe gère le risque de taux lié à la dette financière nette globale. L'objectif de la politique de gestion menée est de prémunir le résultat contre une hausse rapide et sensible des taux d'intérêt.

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 31 décembre 2008 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance			Valeur de marché ⁽¹⁾		
	2009	2010 à 2014	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :						
- payeur fixe	200	963	1 163	(6)	(6)	(12)
- payeur variable	818	1 502	2 320	50	-	50
Swaps de devises	103	148	251	-	32	32
Total				44	26	70

(1) Gain/(Perte).

21.5 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 ; l'ensemble de ces flux en devises est constitué 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 de ces sociétés, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants.

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 progressivement par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

Le Groupe peut couvrir les situations nettes de ses filiales situées à l'étranger, 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 2008 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montant nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ⁽¹⁾				
	2008	2009	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	9	649	-	658	26	-	-	2	28
Put JPY	30	368	-	398	1	-	-	2	3
Autres	2	101	-	103	26	-	-	1	27
	41	1 118	-	1 159	53	-	-	5	58
Tunnels									
Vendeur USD	(72)	569	-	497	15	(1)	-	1	15
Vendeur JPY	32	383	99	514	(25)	-	-	(3)	(28)
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	(40)	952	99	1 011	(10)	(1)	-	(2)	(13)
Contrats à terme ⁽²⁾									
USD	486	830	(1)	1 315	66	18	13	7	104
JPY	49	311	-	360	5	1	-	(12)	(6)
GBP	23	(15)	-	8	(2)	-	-	2	-
Autres	49	14	-	63	6	-	-	1	7
	607	1 140	(1)	1 746	75	19	13	(2)	105
Swaps cambistes ⁽²⁾									
CHF	237	-	-	237	-	-	-	(7)	(7)
USD	445	-	-	445	-	-	15	(36)	(21)
GBP	52	-	-	52	-	-	-	(1)	(1)
JPY	59	-	-	59	-	-	(1)	3	2
Autres	50	-	-	50	-	-	-	7	7
	843	-	-	843	-	-	14	(34)	(20)
Total					118	18	27	(33)	130

(1) Gain/(Perte).

(2) Vente/(Achat).

L'effet en résultat des couvertures de flux de trésorerie futurs ainsi que les flux de trésorerie futurs couverts par ces instruments seront comptabilisés en 2009.

Les incidences d'une variation de plus ou moins 10 % du dollar US et du yen japonais sur le résultat net de l'exercice, les capitaux propres (hors résultat net) et la valeur de marché des instruments dérivés au 31 décembre 2008, après prise en compte de l'effet d'impôt, seraient les suivantes :

(en millions d'euros)	Dollar US		Yen japonais	
	+ 10%	- 10%	+ 10%	- 10%
Incidences sur le résultat net	44	(80)	-	9
Incidences sur les capitaux propres, hors résultat net	438	(453)	7	(17)
Incidences sur la valeur de marché des instruments dérivés	(267)	189	(84)	83

Les variations présentées ci-dessus intègrent les effets des variations de change sur la valeur des instruments dérivés ainsi que les effets de conversion en consolidation des entités en devises étrangères.

21.6 Instruments financiers liés à la gestion du risque actions

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

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

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénouées

en numéraire. La valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet de cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de la valorisation à la date de clôture. La valorisation des instruments tient ainsi compte de paramètres de marché tels les taux d'intérêt, le cours de bourse, et la volatilité. D'un montant nominal de 1,1 milliard d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2008, un effet net sur le résultat du Groupe d'environ 9 millions d'euros. Les instruments dérivés liés à la gestion du risque actions en vie au 31 décembre 2008 ont une valeur de marché positive de 65 millions d'euros. Ces instruments sont à échéance 2010 et 2011, principalement.

21.7 Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière à moins d'un an nette de la trésorerie et équivalents, soit 0,8 milliard d'euros, ou de l'en-cours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,7 milliard d'euros.

Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours,

le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,4 milliards d'euros.

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

Le tableau suivant présente, pour les passifs financiers comptabilisés au 31 décembre 2008, l'échéancier contractuel des décaissements, nominal et intérêts, hors effet d'actualisation :

(en millions d'euros)	2009	2010	2011	2012	2013	Au-delà de 5 ans	Total
Emprunts obligataires et EMTN	236	833	832	795	337	137	3 170
Emprunts auprès des établissements de crédit	157	425	154	10	165	183	1 094
Autres emprunts et lignes de crédit	500	-	-	-	-	-	500
Crédit-bail et locations de longue durée	40	30	18	17	15	364	484
Billets de trésorerie	717	-	-	-	-	-	717
Découverts bancaires	295	-	-	-	-	-	295
Dette financière brute	1 945	1 288	1 004	822	517	684	6 260
Instruments dérivés	28	9	27	-	(4)	10	70
Autres passifs financiers	1 631	26	21	23	25	168	1 894
Fournisseurs et comptes rattachés	2 292	-	-	-	-	-	2 292
Autres passifs financiers	3 951	35	48	23	21	178	4 256
Total des passifs financiers	5 896	1 323	1 052	845	538	862	10 516

22. INFORMATION SECTORIELLE

22.1 Informations par groupe d'activités

Exercice 2008

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations (1) (4) (5)	Total
Ventes hors Groupe	3 117	5 976	2 665	863	4 361	211	-	17 193
Ventes entre groupes d'activités	9	34	203	16	15	17	(294)	-
Total des ventes	3 126	6 010	2 868	879	4 376	228	(294)	17 193
Résultat opérationnel courant	1 060	1 927	290	118	388	(136)	(19)	3 628
Autres produits et charges opérationnels	13	(61)	(28)	(1)	(28)	(38)	-	(143)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	157	338	146	39	228	160	-	1 068
Charges d'amortissement	75	236	111	23	148	35	-	628
Charges de dépréciation	-	20	-	-	-	11	-	31
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 065	4 651	930	1 434	2 630	903	-	12 613
Stocks	3 408	850	293	400	776	109	(69)	5 767
Autres actifs opérationnels	2 578	1 947	805	318	1 390	2 431	3 728	13 197
Total actif	8 051	7 448	2 028	2 152	4 796	3 443	3 659	31 577
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	13 887	13 887
Passifs opérationnels	1 069	1 141	883	189	1 111	690	12 607	17 690
Total passif et capitaux propres	1 069	1 141	883	189	1 111	690	26 494	31 577

La Samaritaine ayant été reclassée en 2008 du groupe Distribution sélective au groupe Autres et Holdings, les données de 2007 et 2006 ont été retraitées afin de les rendre comparables à celles de 2008.

Exercice 2007

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations (1) (4) (5)	Total
Ventes hors Groupe	3 220	5 591	2 563	818	4 152	137	-	16 481
Ventes entre groupes d'activités	6	37	168	15	12	6	(244)	-
Total des ventes	3 226	5 628	2 731	833	4 164	143	(244)	16 481
Résultat opérationnel courant	1 058	1 829	256	141	426	(141)	(14)	3 555
Autres produits et charges opérationnels	(4)	(18)	(17)	(3)	(12)	(72)	-	(126)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	199	241	116	28	242	174	-	1 000
Charges d'amortissement	71	210	103	21	122	27	-	554
Charges de dépréciation	-	-	-	1	-	10	-	11
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	3 187	4 887	927	979	2 525	45	-	12 550
Stocks	3 036	622	263	268	626	45	(48)	4 812
Autres actifs opérationnels ⁽⁶⁾	2 429	1 739	709	266	1 329	2 038	4 512	13 022
Total actif	8 652	7 248	1 899	1 513	4 480	2 128	4 464	30 384
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	12 528	12 528
Passifs opérationnels ⁽⁶⁾	1 064	977	833	155	1 010	501	13 316	17 856
Total passif et capitaux propres	1 064	977	833	155	1 010	501	25 844	30 384

Exercice 2006

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations (1) (4) (5)	Total
Ventes hors Groupe	2 989	5 190	2 379	724	3 865	159	-	15 306
Ventes entre groupes d'activités	5	32	140	13	12	6	(208)	-
Total des ventes	2 994	5 222	2 519	737	3 877	165	(208)	15 306
Résultat opérationnel courant	962	1 633	222	80	387	(124)	12	3 172
Autres produits et charges opérationnels	(12)	(44)	(30)	(9)	(16)	(9)	-	(120)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	107	308	99	25	185	51	-	775
Charges d'amortissement	61	208	98	21	117	16	-	521
Charges de dépréciation	-	5	-	-	3	14	-	22
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 936	4 978	920	1 009	2 643	56	-	12 542
Stocks	2 730	603	244	235	558	50	(37)	4 383
Autres actifs opérationnels ⁽⁶⁾	2 220	1 752	648	229	1 153	1 970	3 474	11 446
Total actif	7 886	7 333	1 812	1 473	4 354	2 076	3 437	28 371
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	11 594	11 594
Passifs opérationnels ⁽⁶⁾	1 025	935	736	156	932	506	12 487	16 777
Total passif et capitaux propres	1 025	935	736	156	932	506	24 081	28 371

(1) Les éliminations correspondent aux ventes entre groupes d'activités ; il s'agit le plus souvent de ventes des groupes d'activités hors Distribution sélective à ce dernier.

Les prix de cession entre les différents groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes de gros ou à des détaillants hors Groupe.

(2) Les investissements opérationnels sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués.

(3) Les marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(4) Les actifs non affectés incluent les titres mis en équivalence, les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés.

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

(6) Au 31 décembre 2008, la dette d'impôt sur les résultats au titre de l'intégration fiscale française a été présentée compensée avec les acomptes d'impôts versés.

Les autres actifs et passifs opérationnels aux 31 décembre 2007 et 2006 ont été retraités afin de les rendre comparables.

22.2 Informations par zone géographique

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
France	2 464	2 348	2 197
Europe (hors France)	4 095	3 790	3 332
États-Unis	3 925	4 124	4 009
Japon	1 779	1 856	1 985
Asie (hors Japon)	3 404	3 044	2 651
Autres pays	1 526	1 319	1 132
Ventes	17 193	16 481	15 306

La répartition des investissements opérationnels par zone géographique se présente ainsi :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
France	499	399	295
Europe (hors France)	187	231	119
États-Unis	164	199	138
Japon	18	32	91
Asie (hors Japon)	141	94	78
Autres pays	59	45	54
Investissements opérationnels	1 068	1 000	775

Les investissements opérationnels sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués pendant cette période.

Il n'est pas présenté de répartition des actifs sectoriels par zone géographique dans la mesure où une part significative de ces actifs est constituée de marques et écarts d'acquisition, qui doivent être analysés sur la base du chiffre d'affaires que ceux-ci réalisent par région, et non en fonction de la région de leur détention juridique.

22.3 Informations trimestrielles

La répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre est la suivante :

Exercice 2008

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	640	1 445	717	211	1 011	56	(78)	4 002
Deuxième trimestre	652	1 323	645	206	979	54	(62)	3 797
Troisième trimestre	746	1 471	719	239	1 015	43	(73)	4 160
Quatrième trimestre	1 088	1 771	787	223	1 371	75	(81)	5 234
Total des ventes	3 126	6 010	2 868	879	4 376	228	(294)	17 193

Exercice 2007

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	689	1 347	663	189	937	41	(62)	3 804
Deuxième trimestre	625	1 254	601	201	947	35	(55)	3 608
Troisième trimestre	759	1 420	697	199	987	30	(58)	4 034
Quatrième trimestre	1 153	1 607	770	244	1 293	37	(69)	5 035
Total des ventes	3 226	5 628	2 731	833	4 164	143	(244)	16 481

Exercice 2006

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	632	1 296	597	157	891	39	(57)	3 555
Deuxième trimestre	588	1 170	572	176	900	51	(44)	3 413
Troisième trimestre	674	1 263	638	176	920	43	(56)	3 658
Quatrième trimestre	1 100	1 493	712	228	1 166	32	(51)	4 680
Total des ventes	2 994	5 222	2 519	737	3 877	165	(208)	15 306

23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

23.1 Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Ventes réalisées par les marques et enseignes	16 815	16 155	14 974
Royalties et revenus de licences	129	107	105
Revenus des immeubles locatifs	78	39	34
Autres	171	180	193
Total	17 193	16 481	15 306

23.2 Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Frais de publicité et de promotion	2 031	1 953	1 783
Loyers commerciaux	964	978	932
Charges de personnel	2 900	2 716	2 569
Dépenses de recherche et développement	43	46	43

Les frais de publicité et de promotion sont principalement constitués des coûts des campagnes média et des frais de publicité sur les lieux de vente ; ils intègrent également les frais de personnel dédié à cette fonction.

Au 31 décembre 2008, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 2 314 (2 048 en 2007, 1 859 en 2006).

Dans certains pays, les locations de magasins comprennent un montant minima et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. La charge de location des magasins s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Loyers fixes ou minima	405	402	356
Part variable des loyers indexés	175	176	173
Concessions aéroportuaires – part fixe ou minima	221	204	209
Part variable des concessions aéroportuaires	163	196	194
Loyers commerciaux	964	978	932

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Salaires et charges sociales	2 831	2 628	2 471
Retraites, frais médicaux et autres avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	31	42	63
Charges liées aux plans d'options et assimilés	38	46	35
Total	2 900	2 716	2 569

24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Résultat de cessions	14	(81)	-
Réorganisations	(83)	(25)	(63)
Amortissement ou dépréciation des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(57)	(16)	(28)
Autres, net	(17)	(4)	(29)
Autres produits et charges opérationnels	(143)	(126)	(120)

En 2008, les autres produits et charges incluent 14 millions d'euros de plus-values de cessions et 83 millions d'euros de coûts de réorganisations commerciales ou industrielles ; ces montants concernent l'arrêt de certaines lignes de produits, la fermeture de points de vente jugés insuffisamment rentables et la réorganisation des activités de Glenmorangie ; cette réorganisation comportait notamment le désengagement progressif des activités pour compte de tiers et la cession d'actifs, en particulier le site industriel de Broxburn (Royaume-Uni) ainsi que la marque et la distillerie Glen Moray.

En 2007, les autres produits et charges étaient principalement constitués des résultats de cession du groupe La Tribune, de la société de logistique Kami (branche Mode et Maroquinerie) et des stylos Omas.

En 2006, les réorganisations, de nature commerciale ou industrielle, concernaient pour l'essentiel les groupes d'activité Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques.

25. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Coût de la dette financière brute, hors TDI	(255)	(241)	(201)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	15	30	23
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux, hors TDI	(17)	2	7
Impact des TDI	-	2	(2)
Coût de la dette financière nette	(257)	(207)	(173)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	11	29	21
Part inefficace des dérivés de change	(64)	(97)	(45)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	53	44	164
Autres, nets	(24)	(21)	(20)
Autres produits et charges financiers	(24)	(45)	120
Résultat financier	(281)	(252)	(53)

Le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers incluait en 2007 et 2006 des plus-values pour 44 millions d'euros et 164 millions d'euros respectivement. En 2008, il inclut notamment la quote-part de LVMH dans la plus-value de cession du distributeur français de jeux vidéo Micromania, et diverses dépréciations d'investissements et placements financiers.

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Revenus de la trésorerie et équivalents	3	20	17
Intérêts sur créances financières	12	10	6
Produits de la trésorerie et des placements financiers	15	30	23

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Dettes financières couvertes, hors TDI	(12)	16	77
Dérivés de couverture	11	(15)	(77)
Dérivés non affectés	(14)	(1)	(1)
Dettes comptabilisées selon l'option juste valeur	(2)	2	8
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux, hors TDI	(17)	2	7

La part inefficace des dérivés de change s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Coût financier des couvertures de change commerciales	(71)	(97)	(47)
Coût financier des couvertures d'actifs nets en devises	11	(1)	(7)
Variation de valeur de marché des dérivés non affectés	(4)	1	9
Part inefficace des dérivés de change	(64)	(97)	(45)

26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

26.1 Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Impôt courant de la période	(911)	(984)	(986)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	5	7	4
Impôt courant	(906)	(977)	(982)
Variation des impôts différés	13	77	135
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	-	47	-
Impôts différés	13	124	135
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(893)	(853)	(847)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	5	(41)	(87)

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

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Résultat avant impôt	3 204	3 177	2 999
Charge totale d'impôt	(893)	(853)	(847)
Taux d'imposition effectif	27,9 %	26,8 %	28,2 %

26.2 Analyse de l'écart entre le taux d'imposition effectif et le taux d'imposition théorique

Le rapprochement entre le taux d'imposition théorique, qui est le taux légal applicable aux sociétés françaises, et le taux d'imposition effectif constaté dans les états financiers consolidés, s'établit de la façon suivante :

(en pourcentage du résultat avant impôt)	2008	2007	2006
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,4
Changements de taux d'impôt	0,0	(1,4)	0,1
Différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(5,8)	(4,3)	(3,4)
Résultats et reports déficitaires	(1,9)	(3,8)	(5,3)
Différences entre les résultats consolidés et imposables, et des résultats imposables à un taux réduit	0,9	1,6	2,0
Retenues à la source	0,3	0,3	0,4
Taux d'imposition effectif du Groupe	27,9	26,8	28,2

Depuis 2000, les sociétés françaises sont soumises à un supplément d'impôt dont le taux était de 3,3 % pour 2006, 2007 et 2008 portant ainsi le taux d'imposition théorique à 34,4 % pour chaque exercice.

26.3 Sources d'impôts différés

Au compte de résultat

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Évaluation des marques	(38)	16	(45)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	-	2	-
Autres écarts de réévaluation	3	-	(3)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	-	10	(3)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(3)	8	(8)
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	(12)	28	22
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	85	6	25
Autres retraitements de consolidation ⁽¹⁾	11	64	106
Reports déficitaires	(33)	(10)	42
Total	13	124	136

En capitaux propres

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(59)	(26)	(46)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(7)	18	(2)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	19	(23)	(39)
Total	(47)	(31)	(87)

Au bilan

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Évaluation des marques	(2 300)	(2 120)	(2 209)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(503)	(443)	(412)
Autres écarts de réévaluation	(300)	(304)	(303)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(23)	(7)	(36)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(14)	(26)	(21)
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	143	78	94
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	288	201	196
Autres retraitements de consolidation ⁽¹⁾	139	156	87
Reports déficitaires	87	114	137
Total	(2 483)	(2 351)	(2 467)

(1) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Impôts différés actifs	630	492	395
Impôts différés passifs	(3 113)	(2 843)	(2 862)
Impôts différés nets au bilan	(2 483)	(2 351)	(2 467)

26.4 Reports déficitaires

Au 31 décembre 2008, 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 307 millions d'euros (360 millions d'euros en 2007, 529 millions d'euros en 2006).

26.5 Consolidations fiscales

• Le régime français d'intégration fiscale permet à certaines sociétés françaises du Groupe de compenser leurs résultats imposables pour la détermination de la charge d'impôt d'ensemble, dont seule la Société mère intégrante reste redevable.

Ce régime a généré une diminution de la charge d'impôt courant de 117 millions d'euros en 2008 (85 millions d'euros en 2007 et 46 millions d'euros en 2006).

• Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur dans certains pays étrangers, notamment les États-Unis et l'Italie ont généré une diminution de la charge d'impôt courant de 96 millions d'euros en 2008 (119 millions d'euros en 2007, 113 millions d'euros en 2006).

27. RÉSULTATS PAR ACTION

	2008	2007	2006
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	2 026	2 025	1 879
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	489 958 810	489 937 410	489 937 410
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur la période	(16 403 997)	(15 609 467)	(18 035 590)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	473 554 813	474 327 943	471 901 820
Résultat par action (en euros)	4,28	4,27	3,98
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	473 554 813	474 327 943	471 901 820
Effet de dilution des plans d'options	2 055 859	5 563 770	5 570 135
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets de dilution	475 610 672	479 891 713	477 471 955
Résultat par action après dilution (en euros)	4,26	4,22	3,94

28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

28.1 Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Coût des services rendus	37	38	48
Effet de l'actualisation	23	22	22
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(18)	(18)	(14)
Amortissement des écarts actuariels	(11)	(2)	1
Coût des services passés	2	2	2
Modifications des régimes	(2)	0	4
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	31	42	63
Rendement/(coût) effectif des actifs financiers dédiés	(77)	17	25

28.2 Engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Droits couverts par des actifs financiers	549	503	510
Droits non couverts par des actifs financiers	113	111	131
Valeur actualisée des droits	662	614	641
Valeur de marché des actifs financiers	(351)	(403)	(385)
Écarts actuariels non comptabilisés au bilan	(79)	27	10
Coût des services passés non encore comptabilisés	(17)	(8)	(10)
Éléments non reconnus	(96)	19	-
Engagement net comptabilisé	215	230	256
Dont :			
Provisions à plus d'un an	230	237	260
Provisions à moins d'un an	6	5	4
Autres actifs	(21)	(12)	(8)
Total	215	230	256

28.3 Analyse de la variation de l'engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Éléments non reconnus	Engagement net comptabilisé
Au 31 décembre 2007	614	(403)	19	230
Charge de l'exercice	60	(18)	(11)	31
Prestations aux bénéficiaires	(47)	31	-	(16)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(39)	-	(39)
Contributions des employés	2	(2)	-	-
Effet des variations de taux de change	11	(9)	(1)	1
Variations de périmètre et reclassifications	14	(7)	1	8
Modifications des régimes	(2)	-	2	-
Écarts actuariels : effets d'expérience	(2)	96	(94)	-
Écarts actuariels : changements d'hypothèses	12	-	(12)	-
Au 31 décembre 2008	662	(351)	(96)	215

Les hypothèses actuarielles retenues pour l'estimation des engagements au 31 décembre 2008 dans les principaux pays concernés sont les suivantes :

(en pourcentage)	2008			2007			2006		
	France	Japon	États-Unis	France	Japon	États-Unis	France	Japon	États-Unis
Taux d'actualisation	5,5	2,25	6,0	5,0	2,25	6,0	4,5	2,0	5,75
Taux de rendement attendu des placements	4,5	4,0	7,75	4,75	4,0	7,75	4,5	4,0	8,0
Taux d'augmentation future des salaires	3,5	2,5	4,5	3,25	2,5	4,5	2 à 4	2 à 4	2 à 4,5

Le taux de rendement attendu des placements est un taux global reflétant la structure des actifs financiers mentionnés en Note 28.5.

L'hypothèse d'augmentation du coût des frais médicaux aux États-Unis est de 8 % à 5 % sur les quatre prochaines années, puis de 5 %.

28.4 Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Indemnités de départ en retraite et assimilées	111	90	85
Frais médicaux des retraités	42	36	49
Médailles du travail	11	11	11
Retraites complémentaires	478	453	467
Préretraites	9	12	13
Autres	11	12	16
Valeur actualisée des droits	662	614	641

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
France	295	275	278
Europe (hors France)	158	177	190
Amérique	126	100	112
Japon	74	53	52
Asie (hors Japon)	9	9	9
Valeur actualisée des droits	662	614	641

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2008 sont les suivants :

- en France : il s'agit des médailles du travail et indemnités de fin de carrière, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement après une certaine ancienneté ou lors du départ en retraite ; il s'agit en outre de l'engagement vis-à-vis des membres du Comité Exécutif et de cadres dirigeants du Groupe, qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de leur dernière rémunération ;

- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe, 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, ainsi que la participation des sociétés suisses au régime légal de retraite (« Loi pour la Prévoyance Professionnelle ») ;

- 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.

28.5 Analyse des actifs financiers dédiés

La répartition des valeurs de marché des supports dans lesquels les fonds versés sont investis est la suivante :

(en pourcentage)	2008	2007	2006
Actions	43	51	48
Obligations			
- Émetteurs privés	36	33	32
- Émetteurs publics	13	11	15
Immobilier, trésorerie et autres actifs	8	5	5
Valeur de marché des actifs financiers dédiés	100	100	100

Les actifs des plans ne comportent pas de biens immobiliers exploités par le Groupe ni d'actions LVMH pour des montants significatifs.

Les sommes qui seront versées aux fonds en 2009 sont estimées à 45 millions d'euros.

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

29.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Raisins, vins et eaux-de-vie	1 671	1 690	1 547
Autres engagements d'achat de matières premières	64	24	41
Immobilisations industrielles ou commerciales	180	105	151
Titres de participation et investissements financiers	63	55	84

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achats 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 la clôture et de rendements de production estimés.

Au 31 décembre 2008, l'échéance de ces engagements se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux-de-vie	489	643	539	1 671
Autres engagements d'achat de matières premières	40	24	-	64
Immobilisations industrielles ou commerciales	90	90	-	180
Titres de participation et investissements financiers	23	28	12	63

29.2 Engagements de location

Outre la location de ses magasins, le Groupe finance également une partie de son équipement par des locations simples de longue durée. Par ailleurs, certains actifs immobilisés ou équipements industriels ont été acquis ou refinancés par des contrats de location financement.

Locations simples et redevances de concessions

Au 31 décembre 2008, les engagements futurs minima non résiliables résultant des contrats de location simple et de redevances de concessions s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
À moins d'un an	760	687	609
De un à cinq ans	1 957	1 831	1 359
Au-delà de cinq ans	986	935	778
Engagements donnés au titre de locations simples et redevances de concessions	3 703	3 453	2 746
À moins d'un an	24	21	20
De un à cinq ans	50	42	46
Au-delà de cinq ans	8	4	2
Engagements reçus au titre de sous-locations	82	67	68

Locations financement

Au 31 décembre 2008, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location financement s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008		2007		2006	
	Paielements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paielements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paielements minima futurs	Valeur actuelle des paiements
À moins d'un an	40	41	22	21	27	27
De un à cinq ans	80	60	68	44	76	50
Au-delà de cinq ans	364	66	344	70	395	76
Total des paiements minima futurs	484		434		498	
Part représentative d'intérêts financiers	(317)		(299)		(345)	
Valeur actuelle des paiements minima futurs	167	167	135	135	153	153

29.3 Passifs éventuels et litiges en cours

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est impliqué dans ou a engagé diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de la propriété intellectuelle, la mise en place de systèmes 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 titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de la clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de façon significative en cas d'issue défavorable.

29.4 Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2008, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Avals et cautions	59	61	56
Autres garanties	48	28	56
Garanties données	107	89	112
Garanties reçues	25	32	63

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	17	19	23	59
Autres garanties	24	24	-	48
Garanties données	41	43	23	107
Garanties reçues	8	14	3	25

29.5 Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

30. PARTIES LIÉES

30.1 Relations de LVMH avec Christian Dior et Groupe Arnault

Le Groupe LVMH est consolidé dans les comptes de Christian Dior S.A., société cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris, contrôlée par la société Groupe Arnault SAS via sa filiale Financière Agache SA.

Relations de LVMH avec Christian Dior

Le Groupe LVMH, via ses filiales Parfums Christian Dior et Montres Dior, met en œuvre des actions de communication concertées avec Christian Dior SA et ses filiales, en particulier Christian Dior Couture SA. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique dans les domaines du design des flacons de parfums ou des montres Dior, ainsi qu'en matière de campagnes média.

LVMH distribue les produits de Christian Dior dans le cadre de son activité Distribution sélective. Christian Dior achète à LVMH, pour les commercialiser dans son réseau de magasins, les produits fabriqués par Parfums Christian Dior et Montres Dior.

Enfin, LVMH fournit des prestations administratives aux filiales étrangères de Christian Dior.

L'ensemble des opérations entre LVMH et Christian Dior, qui sont réalisées à prix de marché, peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Achats de LVMH à Christian Dior	(19)	(16)	(13)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(14)	(9)	(7)
Ventes de LVMH à Christian Dior	13	16	15
Solde clients au 31 décembre	1	3	1

En avril 2008, LVMH a cédé à Christian Dior Couture, filiale de la société Christian Dior SA, 50 % du capital de la société Les Ateliers Horlogers LVMH SA (Suisse), pour un prix de 9 millions d'euros. Cette société est licenciée de Christian Dior Couture pour la fabrication et la distribution des montres Dior. Le solde du capital fait l'objet de promesses d'achat et de vente exerçables en 2011.

Relations de LVMH avec Groupe Arnault et Financière Agache

Groupe Arnault SAS fournit à LVMH des prestations d'assistance dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier ; en outre, Groupe Arnault loue à LVMH des locaux à usage de bureaux.

LVMH loue à ces sociétés des locaux à usage de bureaux et leur fournit également diverses prestations administratives.

Les transactions entre LVMH et Groupe Arnault ou Financière Agache peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(5)	(6)	(5)
Solde fournisseurs au 31 décembre	-	(1)	(2)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	2	2	2
Solde clients au 31 décembre	1	-	-

En septembre 2008, LVMH a cédé à Groupe Arnault un actif immobilier situé à New York pour un prix de 17 millions de dollars US.

Enfin, en février 2008, LVMH a acquis auprès d'une filiale de Groupe Arnault une œuvre d'art d'une valeur de 15,9 millions d'euros.

30.2 Relations avec Diageo

Moët Hennessy est la société holding des activités Vins et Spiritueux du Groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient depuis 1994 une participation de 34 % dans Moët Hennessy. À cette date a été établie une convention entre Diageo et Moët Hennessy ayant pour objet la répartition des frais de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du Groupe LVMH.

Au titre de cette convention, Moët Hennessy a supporté 23 % des frais communs en 2008 (24 % en 2007 et 2006). Le total des charges administratives de Moët Hennessy, après prise en compte des effets de cette convention, s'élève à 32 millions d'euros en 2008 (33 millions d'euros en 2007, 27 millions d'euros en 2006), le total des charges administratives supportées par les activités de Vins et Spiritueux étant de 74 millions d'euros en 2008 (55 millions d'euros en 2007, 48 millions d'euros en 2006).

Enfin, dans le cadre du désengagement progressif de Glenmorangie des activités d'emouteillage pour compte de tiers, LVMH a cédé en septembre 2008 à Diageo pour 15,5 millions de livres sterling le site industriel de Broxburn (Royaume-Uni).

30.3 Organes de Direction

La rémunération globale des membres du Comité Exécutif et du Conseil d'Administration, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2008	2007	2006
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	51	46	42
Avantages post emploi	9	9	8
Autres avantages à long terme	11	13	6
Indemnités de fin de contrat de travail	-	-	-
Coût des plans d'options et assimilés	19	20	16
Total	90	88	72

L'engagement net comptabilisé au 31 décembre 2008 au titre des avantages post-emploi est de 8 millions d'euros (5 millions d'euros au 31 décembre 2007 et 9 millions d'euros au 31 décembre 2006).

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'Administration, le 5 février 2009, aucun événement significatif n'est intervenu.

SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2008

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
VINS ET SPIRITUEUX							
Champagne Moët & Chandon SCS	Épernay, France	100 %	66 %	Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	Millennium Import LLC	Minneapolis, Minnesota, U.S.A.	100 %	66 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %	Millennium Brands Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %	Polmos Zyrardow	Zyrardow, Pologne	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Épernay, France	100 %	66 %	Moët Hennessy VR Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Schieffelin Partner Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %	The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %	Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Chamfipar SA	Ay, France	100 %	66 %	Glenaird Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	50 %	33 %
Société Viticole de Reims SA	Ay, France	100 %	66 %	The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Ay, France	100 %	66 %	Wen Jun Spirits Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %	Wen Jun Spirits Sales Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %	MODE ET MAROQUINERIE			
Moët Hennessy Osterreich GmbH	Vienne, Autriche	90 %	59 %	Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy Polska SP Z.O.O.	Varsovie, Pologne	100 %	66 %	Manufacture de souliers Louis Vuitton S.r.l.	Fiesso d'Artico, Italie	100 %	100 %
Moët Hennessy Czech Republic Sro	Prague, République Tchèque	100 %	66 %	Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC	Saint Barthélémy, Antilles Françaises	100 %	100 %
Schieffelin & Somerser	New York, U.S.A.	100 %	66 %	Louis Vuitton Cantacilik Ticaret AS	Istanbul, Turquie	99 %	99 %
Moët Hennessy (Nederland) BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	66 %	Les Ateliers de Pondichery Private Ltd	Pondichéry, Inde	100 %	100 %
Moët Hennessy USA, Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %	Louis Vuitton International SNC	Paris, France	100 %	100 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton India Holding Private Ltd	Bangalore, Inde	100 %	100 %
Opera Vineyards SA	Buenos Aires, Argentine ⁽¹⁾	50 %	33 %	Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
France Champagne SA	Épernay, France	100 %	66 %	Louis Vuitton Bahrein	Manama, Bahrein	(4)	(4)
Domaine Chandon, Inc.	Yountville (Californie), U.S.A.	100 %	66 %	Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %	Louis Vuitton Qatar LLC	Doha, Qatar	(4)	(4)
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	66 %	Société des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy do Brasil - Vinhos E Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %	Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle-Zélande	100 %	66 %	Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %	Sedivem SNC	Paris, France	100 %	100 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %	Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), U.S.A.	90 %	59 %	Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Reims, France	100 %	66 %	ELV SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %	LVMH Fashion Group UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Veuve Clicquot UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Clicquot, Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	66 %	Louis Vuitton Ukraine LLC	Kiev, Ukraine	100 %	100 %
Veuve Clicquot Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %	LV Cup España S.L	Valence, Espagne	100 %	100 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100 %	66 %	Sociedad Catalana Talleres Artesanos Louis Vuitton SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %	Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %	Louis Vuitton Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	66 %	Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %	Louis Vuitton Cyprus Limited	Nicosie, Chypre	100 %	100 %
Moët Hennessy Italia S.p.a.	Milan, Italie	100 %	66 %	Louis Vuitton Portugal Maleiro, Ltda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Krug SA	Reims, France	100 %	66 %	Louis Vuitton Ltd	Tel Aviv, Israël	100 %	100 %
Champagne Ruinart SA	Reims, France	100 %	66 %	Louis Vuitton Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Ruinart UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	Louis Vuitton Aktiebolag SA	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Ruinart España S.L.	Madrid, Espagne	100 %	66 %	Louis Vuitton Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	65 %	65 %	Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64 %	64 %	Louis Vuitton Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %	LV US Manufacturing, Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Diageo Moët Hennessy BV LLC	Amsterdam, Pays-Bas ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %	Louis Vuitton Hawaii, Inc.	Honolulu (Hawaï), U.S.A.	100 %	100 %
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande ⁽²⁾	40 %	26 %	Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	40 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %	Louis Vuitton Guam, Inc.	Guam	100 %	100 %
Moët Hennessy Diageo Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Saipan, Inc.	Saipan, Îles Mariannes	100 %	100 %
Riche Monde (China) Ltd	Shanghai, Chine ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Norge AS	Oslo, Norvège	100 %	100 %
Moët Hennessy Diageo Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽⁵⁾	100 %	66 %	San Dimas Luggage Company	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Riche Monde Malaisie SDN BHD	Petaling Jaya, Malaisie ⁽⁵⁾	50 %	33 %	Louis Vuitton Vietnam Company Ltd	Hanoi, Vietnam	100 %	100 %
Riche Monde Taipei Ltd	Taipei, Taiwan ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Suomoy Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Diageo Moët Hennessy Thailand Ltd	Bangkok, Thaïlande ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Romania Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	100 %
Moët Hennessy Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	65 %	LVMH FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %	Louis Vuitton Panama	Panama City, Panama	100 %	100 %
Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %	Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	65 %	Louis Vuitton Uruguay SA	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %
MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100 %	100 %
MHWH Limited	Limassol, Chypre	50 %	33 %	Louis Vuitton (Aruba) N.V	Oranjestad, Aruba	100 %	100 %
Moët Hennessy Whitehall Russia SA	Moscou, Russie	100 %	33 %	LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Moët Hennessy Vietnam Importation Co Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	65 %	LV Trading Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Moët Hennessy Vietnam Distribution	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	65 %	Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Moët Hennessy Diageo KK	Tokyo, Japon ⁽⁵⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton (Philippines), Inc.	Makati, Philippines	100 %	100 %
Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %	LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
				PT Louis Vuitton Indonesia	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	Givenchy Co Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %	Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Taiwan, Ltd	Taipei, Taiwan	98 %	98 %	Givenchy Shanghai Commercial and Trading Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Australia, PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %	GCCL Macau Co Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Gabrielle Studio, Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LV New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle-Zélande	100 %	100 %	Donna Karan International Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
Louis Vuitton Trading India Private Ltd	New Delhi, Inde	51 %	51 %	The Donna Karan Company LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton EAU LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(4)	(4)	Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton FZCO	Dubaï, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %	Donna Karan Studio LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	The Donna Karan Company Store LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Trading Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Hungaria Sarl	Budapest, Hongrie	100 %	100 %	Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %	Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %	Donna Karan Company Store (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LV Colombia SA	Santafé de Bogota, Colombie	100 %	100 %	Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100 %	100 %	Donna Karan (Italy) S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Venezuela SA	Caracas, Venezuela	100 %	100 %	Donna Karan (Italy) Production Services S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton South Africa Ltd	Johannesburg, Afrique du Sud	100 %	100 %	Fendi International BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Fun Fashion Qatar WLL	Doha, Qatar	(4)	(4)
LVMH Fashion Group (Shanghai) Trading Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Fendi International SA	Paris, France	100 %	100 %
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	99 %	99 %	Fun Fashion Emirates LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(4)	(4)
LVMH Fashion Group Americas Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %	Fendi SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
Louis Vuitton Canada, Inc.	Toronto, Canada	100 %	100 %	Fun Fashion Bahrain WLL	Manama, Bahreïn	(4)	(4)
Marc Jacobs International, LLC	New York, U.S.A.*	96 %	96 %	Fendi S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs International (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi Dis Ticarer LS	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Marc Jacobs Trademark, LLC	New York, U.S.A.*	33 %	33 %	Fendi Adele S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs Japon KK	Tokyo, Japon	50 %	48 %	Fendi Immobili Industriali S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs International Japan Co Ltd	Tokyo, Japon	100 %	99 %	Fendi Italia S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Fendi U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Fendi France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Manufacturas Loewe SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Fendi North America Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
LVMH Fashion Group France SNC	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Loewe Hermanos UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi Guam Inc.	Tumon, Guam	100 %	100 %
Loewe Saïpan, Inc.	Saïpan, Îles Mariannes	100 %	100 %	Fendi (Thailand) Company Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Loewe Guam, Inc.	Guam	100 %	100 %	Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Loewe Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Loewe Commercial & Trading Co, LTD	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Loewe Fashion Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Loewe Fashion (M) SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Loewe Taïwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	98 %	Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Loewe Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %	Fun Fashion Genève SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Société de Distribution Robert Estienne SNC	Paris, France	100 %	100 %	Fun Fashion FZCO LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Manifattura Ferrarese S.r.l.	Ferrare, Italie	100 %	100 %	Fendi Marianas, Inc.	Tumon, Guam	100 %	100 %
Berluti LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %	Fun Fashion Kuwait Co. WLL	Koweït City, Koweït	(4)	(4)
Rossimoda SpA	Vigonza, Italie	97 %	97 %	Fun Fashion Germany GmbH & Co KG	Stuttgart, Allemagne	51 %	51 %
Rossimoda USA Ltd	New York, U.S.A.	100 %	97 %	Fendi Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Rossimoda France SARL	Paris, France	100 %	97 %	Fendi Germany GmbH	Stuttgart, Allemagne	100 %	100 %
Brenta Suole S.r.l.	Vigonza, Italie	65 %	63 %	Fun Fashion Napoli Srl	Rome, Italie	51 %	51 %
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %	Fendi (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Montaigne KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %	Outshine Corporation, SL	Marbella, Espagne	70 %	70 %
Modulo Italia S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %	Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	(4)	(4)
Celine SA	Paris, France	100 %	100 %	Interservices & Trading SA	Lugano, Suisse	100 %	100 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Silk SA	Lugano, Suisse	51 %	51 %
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	100 %	Outshine Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico City, Mexique	100 %	100 %
Celine Montaigne SA	Paris, France	100 %	100 %	Maxelle SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	51 %
Celine Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %	Taramax Inc.	New Jersey, U.S.A.	100 %	51 %
Celine Production S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %	Primerime Inc.	New Jersey, U.S.A.	100 %	51 %
Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	Taramax SA	Neuchâtel, Suisse	51 %	51 %
Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Taramax Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	51 %
Celine Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %	Support Retail Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico City, Mexique	100 %	100 %
Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	99 %	99 %	Emilio Pucci S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %
Celine Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	99 %	Emilio Pucci International BV	Baarn, Pays-Bas	67 %	67 %
Celine (Singapour) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Emilio Pucci, Ltd	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Celine Guam Inc.	Tumon, Guam	100 %	100 %	Emilio Pucci Hong Kong Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Celine Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Celine Taïwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	99 %	Thomas Pink Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
CPC International Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %	Thomas Pink Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Kenzo Homme UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Thomas Pink Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %	e-Luxury.com Inc.	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Givenchy Corporation	New York, U.S.A.	100 %	100 %				

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
PARFUMS ET COSMÉTIQUES			
Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %
LVMH Parfums & Cosmétiques do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
France Argentine Cosmetics SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
LVMH P&C Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
SNC du 35 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Orient Co	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Parfums Christian Dior Emirates	Dubaï, Émirats Arabes Unis	51 %	31 %
Parfums Christian Dior Pologne	Varsovie, Pologne ⁽²⁾	20 %	20 %
Parfums Christian Dior (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Christian Dior BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Parfums Christian Dior S.A.B.	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A.G.	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Canada Inc.	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH P&C de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Japon KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc.	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fa Hua Hong Kong Co, Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Pardior SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A/S Ltd	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
LVMH Perfumes & Cosmetics Group Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AS Ltd	Hoevik, Norvège	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AB	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (New Zealand) Ltd	Auckland, Nouvelle-Zélande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior GmbH Austria	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cosmetic of France Inc.	Miami (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
GIE LVMH P&C Recherche	Paris, France	100 %	100 %
GIE Parfums et Cosmétiques Information Services - PCIS	Levallois-Perret, France	100 %	100 %
Perfumes Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Acqua Di Parma S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Acqua Di Parma LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Guerlain SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Parfums & Kosmetik Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Guerlain GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cofra GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Guerlain SA (Belgique)	Fleurus, Belgique	100 %	100 %
Oy Guerlain AB	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Guerlain Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Perfumes e Cosmética Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Guerlain SA (Suisse)	Genève, Suisse	100 %	100 %
Guerlain Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Guerlain Canada Ltd	Montréal, Canada	100 %	100 %
Guerlain De Mexico SA	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Guerlain Asia Pacific Ltd (Hong Kong)	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	100 %
Make Up For Ever UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Make Up For Ever LLC	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
Parfums Givenchy SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Parfums Givenchy Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Givenchy GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Parfums Givenchy LLC	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
Parfums Givenchy Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
Parfums Givenchy KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Givenchy WHD, Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
Kenzo Parfums France SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Parfums NA LLC	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
Kenzo Parfums Singapore	Singapour	100 %	100 %
La Brosse et Dupont SAS	Villepinte, France	100 %	100 %
La Brosse et Dupont Portugal SA	S. Domingos de Rana, Portugal	100 %	100 %
Mitsie SAS	Tarare, France	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
LBD Iberica SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
LBD Ménagement SAS	Beauvais, France	100 %	100 %
LBD Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
SCI Masurel	Tourcoing, France	100 %	100 %
SCI Sageda	Orange, France	100 %	100 %
LBD Italia S.r.l.	Stezzano, Italie	100 %	100 %
Inter-Vion Spolka Akcyjna SA	Varsovie, Pologne	51 %	51 %
Europa Distribution SAS	Saint Etienne, France	100 %	100 %
LBD Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LBD Antilles SAS	Ducos, Martinique, France	100 %	100 %
LBD Canada Inc.	St-Augustin-de-Desmaures, Quebec	51 %	51 %
BeneFit Cosmetics LLC	San Francisco (Californie), U.S.A.	80 %	80 %
BeneFit Cosmetics UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics Korea	Séoul, Corée du Sud	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	80 %
Fresh Inc.	Boston (Massachusetts), U.S.A.	80 %	80 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Luxe International SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
MONTRES ET JOAILLERIE			
TAG Heuer International SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
TAG Heuer SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
LVMH Relojeria & Joyeria España SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Montres & Joaillerie France SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Italy Holding SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry UK Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
Tag Heuer Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry USA (Inc.)	Springfield (New Jersey), U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Far East Ltd	Hong Kong, Chine	99 %	99 %
LVMH Watch & Jewelry Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Malaysia Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Capital Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd	New Delhi, Inde	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry (Shanghai) Commercial Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %
Chaumet Monte-Carlo SAM	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Chaumet Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Zenith International SA	Le Locle, Suisse	100 %	100 %
Zenith Time Co Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Italy SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Les Ateliers Horlogers LVMH SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
LVMH W&J Services (Suisse) SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %
Joaillerie de Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Fred Inc.	Beverly Hills (Californie), U.S.A.*	100 %	100 %
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Dior Montres	Paris, France ⁽¹⁾	50 %	50 %
Les Ateliers Horlogers Dior SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse ⁽¹⁾	50 %	50 %
Hublot SA	Nyon, Suisse	100 %	100 %
Bentim International SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume-Uni ⁽¹⁾	50 %	50 %
DISTRIBUTION SÉLECTIVE			
Sephora SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
LVMH Iberia SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Italia SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Sephora Portugal Perfumaria Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Sephora Pologne Spzoo	Varsovie, Pologne	76 %	76 %
Sephora Marinopoulos SA	Alimos, Grèce	50 %	50 %
Sephora Marinopoulos Romania SA	Bucarest, Roumanie	100 %	50 %
Sephora S.R.O.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %
Sephora Patras	Alimos, Grèce	66 %	33 %
Sephora Cosmetics España	Madrid, Espagne ⁽¹⁾	50 %	50 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
S+	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cyprus Ltd	Nicosie, Chypre	100 %	50 %
Sephora Unitim Kozmetik AS	Istanbul, Turquie	60 %	60 %
Sephora Marinopoulos D.O.O.	Zagreb, Croatie	100 %	50 %
Sephora Marinopoulos Cosmetics D.O.O.	Belgrade, Serbie	100 %	50 %
Sephora Nederland BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Sephora Moyen Orient SA	Fribourg, Suisse	60 %	60 %
Sephora Middle East FZE	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Sephora Holding Asia	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Sephora (Shanghai) Cosmetics Co. Ltd	Shanghai, Chine	81 %	81 %
Sephora (Beijing) Cosmetics Co. Ltd	Beijing, Chine	81 %	81 %
Sephora Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Sephora Singapore Pte Ltd	Singapour	60 %	60 %
Sephora USA, Inc.	San Francisco (Californie), U.S.A.*	100 %	100 %
Sephora Beauty Canada, Inc.	San Francisco (Californie), U.S.A.*	100 %	100 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %
SEGEF SNC	Paris, France	99 %	99 %
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %
DFS Holdings Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %
DFS Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
Travel Retail Shops Pte Ltd	Sydney, Australie ⁽²⁾	45 %	28 %
DFS European Logistics Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS Group Ltd	Delaware, U.S.A.	100 %	61 %
DFS China Partners Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
Hong Kong International Boutique Partners	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	50 %	31 %
TRS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	45 %	28 %
Preferred Products Limited	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS Okinawa KK	Okinawa, Japon	100 %	61 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon ⁽²⁾	45 %	28 %
JAL/DFS Co., Ltd	Chiba, Japon ⁽²⁾	40 %	24 %
DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Cotai Limitada	Macao, Chine	100 %	61 %
DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
DFS Merchandising Ltd	Delaware, U.S.A.	100 %	61 %
DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %
DFS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle-Zélande	100 %	61 %
TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle-Zélande ⁽²⁾	45 %	28 %
Commonwealth Investment Company, Inc.	Saipan, Îles Mariannes	97 %	59 %
DFS Saipan Ltd	Saipan, Îles Mariannes	100 %	61 %
Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Îles Mariannes	100 %	61 %
Saipan International Boutique Partners	Saipan, Îles Mariannes ⁽²⁾	50 %	31 %
DFS Palau Ltd	Koror, Palau	100 %	61 %
Difusi Information Technology & Development Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	61 %
DFS Information Technology (Shanghai) Company Limited	Shanghai, Chine	100 %	61 %
Hainan DFS Retail Company Limited	Hainan, Chine	100 %	61 %
DFS Galleria Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
DFS Trading Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽²⁾	45 %	28 %
Singapore International Boutique Partners	Singapour ⁽²⁾	50 %	31 %
DFS India Private Ltd	Mumbai, Inde	100 %	61 %
DFS Vietnam (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
New Asia Wave International (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
IPP Group (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
L Development & Management Ltd	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	40 %	24 %
DFS Group L.P.	Delaware, U.S.A.	61 %	61 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Los Angeles (Californie), U.S.A.	77 %	47 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, U.S.A.	100 %	61 %
Hawaii International Boutique Partners	Honolulu (Hawaï), U.S.A. ⁽²⁾	50 %	31 %
JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, U.S.A.	80 %	49 %
DFS Guam L.P.	Tamuning, Guam	61 %	61 %
Guam International Boutique Partners	Tamuning, Guam ⁽²⁾	50 %	31 %
DFS Liquor Retailing Ltd	Delaware, U.S.A.	61 %	61 %
Twenty Seven - Twenty Eight Corp.	Delaware, U.S.A.	61 %	61 %
TRS Hawaii LLC	Honolulu (Hawaï), U.S.A. ⁽²⁾	45 %	28 %
TRS Saipan	Saipan, Îles Mariannes ⁽²⁾	45 %	28 %
TRS Guam	Tumon, Guam ⁽²⁾	45 %	28 %
Tumon Entertainment LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Comete Guam Inc.	Tamuning, Guam	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Tumon Aquarium LLC	Tamuning, Guam	97 %	97 %
Comete Saipan Inc.	Saipan, Îles Mariannes	100 %	100 %
Tumon Games LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Cruise Line Holdings Co	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
On Board Media, Inc.	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Starboard Cruise Services, Inc.	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Starboard Holdings Ltd	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
International Cruise Shops, Ltd	Îles Caïmans	100 %	100 %
Vacation Media Ltd	Kingston, Jamaïque	100 %	100 %
STB S.r.l	Florence, Italie	100 %	100 %
Parazul LLC	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %

AUTRES ACTIVITÉS

DI Group SA	Paris, France	100 %	100 %
DI Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Editions Classique Affaires SARL	Paris, France	100 %	100 %
DI Régie SAS	Paris, France	100 %	100 %
SPPA SARL	Paris, France	100 %	100 %
La Fugue SAS	Paris, France	75 %	75 %
Les Echos SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Formation SAS	Paris, France	100 %	100 %
Hera SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Médias SNC	Paris, France	100 %	100 %
Percier Publications SNC	Paris, France	100 %	100 %
EUROSTAF - Europe Stratégie Analyse Financière SAS	Paris, France	100 %	100 %
Investir Publications SAS	Paris, France	100 %	100 %
Investir Formation SARL	Paris, France	100 %	100 %
Compo Finance SARL	Paris, France	100 %	100 %
SID Développement SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Editions SAS	Paris, France	100 %	100 %
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	57 %	57 %
Royal Van Lent Shipyard BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	90 %
RVL Holding BV	Baarn, Pays-Bas	90 %	90 %
Ufipar SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sofidiv SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Boulogne Billancourt, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Moët Hennessy Investissements SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	66 %
LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy International SA	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
Creare	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
Creare Pte Ltd	Singapour	100 %	86 %
Société Montaigne Jean Goujon SAS	Paris, France	100 %	100 %
Delphine SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Primae SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Eutrope SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %
LBD HOLDING SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LV Capital SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	66 %
One East 57th Street LLC	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc.	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
1896 Corp	New York, U.S.A.*	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Prada Holding BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Finance Belgique	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Sofidiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Osaka Fudosan Company Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Shanghai Management and Consultancy Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH South & South East Asia Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	Paris, France		Société mère

(*) L'adresse mentionnée correspond au siège administratif des sociétés, l'immatriculation du siège social étant dans l'État du Delaware.

(1) Société consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

(2) Société intégrée par mise en équivalence.

(3) Société constituée en joint venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy.

(4) Les pourcentages de détention du capital par le Groupe ne sont pas mentionnés dans la mesure où les résultats de ces sociétés sont consolidés à hauteur de la part contractuelle du Groupe dans leurs opérations.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2008, sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la Société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- la vérification spécifique prévue par la loi.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes consolidés. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II. JUSTIFICATION DES APPRECIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- les marques, enseignes et écarts d'acquisition font l'objet d'un test de perte de valeur réalisé selon la méthode décrite dans la note 1.12 et dans le contexte général décrit dans la Note 1.1 de la section 1 « Principes Comptables » de l'annexe. Dans ce cadre, nous avons apprécié le bien-fondé de la méthodologie mise en œuvre basée sur un ensemble d'estimations et examiné les données et les hypothèses utilisées par le Groupe pour réaliser ces évaluations ;
- nous nous sommes assurés que la Note 1.10 des états financiers donne une information appropriée sur le traitement comptable des engagements d'achat de titres de minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VERIFICATION SPECIFIQUE

Nous avons également procédé à la vérification spécifique prévue par la loi des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

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

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

	<i>Page</i>
1. COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION	145
2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	146
3. COMMISSAIRES AUX COMPTES	157

1. COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim¹
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault-Gancia

Jean Arnault

Nicolas Bazire

Nicholas Clive-Worms¹

Charles de Croisset¹

Diego Della Valle¹

Albert Frère

Pierre Godé

Gilles Hennessy

Patrick Houël

Lord Powell of Bayswater

Felix G. Rohatyn

Yves-Thibault de Silguy^{1,2}

Hubert Védrine¹

Censeur

Kilian Hennessy¹

COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Antoine Bernheim¹
Président

Nicholas Clive-Worms¹

Gilles Hennessy

COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Antoine Bernheim¹
Président

Charles de Croisset¹

Albert Frère

COMITÉ EXÉCUTIF

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Nicolas Bazire
Développement et Acquisitions

Ed Brennan
Travel retail

Yves Carcelle
Mode et Maroquinerie

Chantal Gaemperle
Ressources Humaines

Pierre Godé
Conseiller du Président

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Philippe Pascal
Montres et Joaillerie

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Bernard Rolley
Opérations

Pierre-Yves Roussel
Mode

Mark Weber
Donna Karan, LVMH Inc.

SECRETARIAT GÉNÉRAL

Marc-Antoine Jamet

¹ Personnalité indépendante.

² Nomination présentée à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009.

2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

2.1 Mandats d'Administrateurs en cours

M. Bernard ARNAULT, Président-Directeur Général

Né le 5 mars 1949. Français.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 26 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 6 990 actions.

M. Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinel. En 1974, il en devient Directeur de la Construction, puis Directeur Général en 1977 et enfin Président-Directeur Général en 1978.

Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président-Directeur Général de Financière Agache et de Christian Dior. Il entreprend alors de réorganiser le groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.

En 1989, il devient le principal actionnaire de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, et crée ainsi le premier groupe mondial du luxe. Il en prend la Présidence en janvier 1989.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Président-Directeur Général ;
- Christian Dior SA : Président du Conseil d'Administration ;
- Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
- Groupe Arnault SAS : Président ;
- Raspail Investissements SA : Administrateur ;
- Société Civile du Cheval Blanc : Administrateur ;
- Fondation Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise : Président du Conseil d'Administration.

Étranger :

- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon) : Administrateur.

Autres :

- France :
- Carrefour SA : Administrateur ;
- Lagardère SCA : Membre du Conseil de Surveillance ;

- Métropole Télévision « M6 » SA : Membre du Conseil de Surveillance.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

• France :

- Financière Agache SA : Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion SA, Administrateur ;
- Gasa Développement SAS et Société Financière Saint-Nivard SAS : Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion SA, Président ;
- Montaigne Participations et Gestion SA : Président-Directeur Général.

• Étranger :

- Moët Hennessy Inc. (États-Unis) : Administrateur.

Mme Delphine ARNAULT-GANCIA

Née le 4 avril 1975. Française.

Adresse professionnelle : Christian Dior Italia – Via Tommaso Grossi, 2 – 20121 Milan (Italie).

Date de première nomination : 10 septembre 2003.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 66 842 actions.

Mme Delphine Arnault-Gancia a commencé sa carrière dans le cabinet international de conseil en stratégie McKinsey où elle fut consultante pendant deux ans.

En 2000, elle participe au développement de la société John Galliano où elle acquiert une expérience concrète du métier de la mode. En 2001, elle rejoint le Comité de Direction de Christian Dior dont elle est actuellement Directeur Général Adjoint ; elle siège, en outre, au Conseil d'Administration de Loewe, dont elle est Directrice de la Stratégie Produits.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

• France :

- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
- Les Echos SAS : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Société Civile du Cheval Blanc : Administrateur.

• Étranger :

- Emilio Pucci Srl (Italie) : Administrateur ;
- Loewe SA (Espagne) : Administrateur.

M. Jean ARNAULT

Né le 23 octobre 1919. Français.

Adresse professionnelle : Groupe Arnault SAS – 41, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Jean Arnault a été Président de Ferret-Savinell jusqu'en 1976. Président puis Directeur Général de Groupe Arnault SAS depuis 1978, Directeur Général de Montaigne Participations et Gestion SA de 1976 à 2004, il a également été Président du Conseil de Surveillance de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton en 1988-1989.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe LVMH/Groupe Arnault :**

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Belle Jardinière SA : Administrateur ;
 - Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
 - Financière Agache SA : Administrateur ;
 - Groupe Arnault SAS : Directeur Général ;
 - Montaigne Finance SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Parfums Christian Dior SA : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Gasa Développement SAS : Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion SA, Président ;
 - Groupe George V SA : Administrateur ;
 - Heliantis SAS : Président ;
 - Montaigne Participations et Gestion SA : Directeur Général délégué et Administrateur ;
 - Omnium Lyonnais d'Études SAS : Président ;
 - Société Financière Saint-Nivard SAS : Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion SA, Président.

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et Acquisitions

Né le 13 juillet 1957. Français.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 12 mai 1999.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Nicolas Bazire a été Auditeur puis Conseiller référendaire à la Cour des Comptes. En 1993, il devient Directeur du Cabinet, Chargé de mission auprès du Premier ministre Édouard Balladur. Associé-Gérant de Rothschild & Cie Banque entre 1995 et 1999, il en est nommé Président du Conseil des Commanditaires à cette date. Il est Directeur Général de Groupe Arnault SAS depuis 1999.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Agache Développement SA : Administrateur ;
 - Europatweb SA : Administrateur ;
 - Financière Agache SA : Directeur Général délégué et Représentant permanent de Groupe Arnault SAS, Administrateur ;
 - Financière Agache Private Equity SA : Administrateur ;
 - Groupe Arnault SAS : Directeur Général ;
 - Groupe les Echos SA : Administrateur ;
 - Les Echos SAS : Vice-Président du Conseil de Surveillance ;
 - LVMH Fashion Group SA : Administrateur ;
 - Montaigne Finance SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Semyrhamis SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Fondation Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Atos SA : Administrateur ;
 - Carrefour SA : Administrateur ;
 - Rothschild & Cie Banque SCS : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Suez Environnement SA : Administrateur ;
 - Tajan SA : Administrateur.
- Étranger :
 - Go Invest SA (Belgique) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Agache Développement SA : Représentant permanent de Sifanor SA, Administrateur ;
 - Amec : Administrateur ;
 - Europatweb France SA : Représentant permanent de Eurofinweb NV, Administrateur ;
 - Gasa Développement SAS : Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion SA, Président ;
 - Invry SAS : Président ;

- Ipsos SA : Administrateur ;
- La Tour du Pin SAS : Président ;
- LVMH Fashion Group SA : Président du Conseil de Surveillance ;
- Lyparis SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
- Marignan Investissements SA : Administrateur ;
- Montaigne Participations et Gestion SA : Directeur Général délégué et Administrateur ;
- Paul Doumer Automobiles SAS : Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion SA, Membre du Comité de Surveillance ;
- Sifanor SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
- Société Financière Saint-Nivard SAS : Président.

M. Antonio BELLONI, Directeur Général délégué

Né le 22 juin 1954. Italien.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 15 mai 2002.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 7 000 actions.

M. Antonio Belloni a rejoint le Groupe LVMH en juin 2001, après une carrière de 22 ans au sein du groupe Procter & Gamble. Président de la division européenne de Procter & Gamble depuis 1999, il était auparavant Président-Directeur Général pour les opérations italiennes de la firme. Il a commencé sa carrière chez Procter & Gamble en 1978 en Italie et a occupé diverses fonctions en Suisse, en Grèce, en Belgique et aux États-Unis.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Directeur Général délégué et Administrateur ;
 - Givenchy SA : Administrateur ;
 - Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA : Administrateur ;
 - Parfums Luxe International – PLI SA : Président-Directeur Général ;
 - Fondation Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise : Administrateur.
- Étranger :
 - BeneFit Cosmetics LLC (États-Unis) : Gérant ;
 - De Beers Diamond Jewellers Limited (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - DFS Group Limited (Bermudes) : Administrateur ;

- DFS Holdings Limited (Bermudes) : Administrateur ;
- Donna Karan International Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- Emilio Pucci Srl (Italie) : Administrateur ;
- Emilio Pucci International BV (Pays-Bas) : Administrateur ;
- Fendi SA (Luxembourg) : Administrateur ;
- Fendi Adele Srl (Italie) : Administrateur ;
- Fresh Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- LVMH (Shanghai) Management & Consultancy Co Ltd (Chine) : Président du Conseil d'Administration ;
- RVL Holding BV (Pays-Bas) : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Thomas Pink Holdings Limited (Grande-Bretagne) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- Étranger :
 - Chamarac Properties Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
 - DFS Group LP (États-Unis) : Administrateur ;
 - DFS Guam LP (Guam) : Administrateur ;
 - Fendi Immobili Industriali Srl (Italie) : Administrateur ;
 - Fendi Italia Srl (Italie) : Administrateur ;
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Directeur Général.

M. Nicholas CLIVE-WORMS

Né le 14 novembre 1942. Français.

Adresse professionnelle : Worms 1848 – 48, rue Notre-Dame des Victoires – 75002 Paris (France).

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 3 330 actions.

M. Nicholas Clive-Worms a été Associé Commandité puis Associé-Gérant de Maison Worms & Cie entre 1970 et 1996, Associé-Gérant puis Président du Conseil de Surveillance de Worms & Cie entre 1991 et 2004. Il a également été Président-Directeur Général puis Associé-Gérant de Pechelbronn entre 1976 et 1991. Il est actuellement Président de Worms 1848 SAS.

Fonctions et mandats actuels :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Financière de Services Maritimes SA : Administrateur ;
 - Worms 1848 SAS : Président.
- Étranger :
 - Permal UK Ltd (Grande-Bretagne) : Président du Conseil d'Administration.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Demachy Worms & Cie : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Groupe Danone SA : Administrateur ;
 - Maison Worms & Cie : Associé-Gérant ;
 - Maison Worms SAS : Président ;
 - Permal Group SCA : Président ;
 - TF1 SA : Administrateur ;
 - Unibail Holding SA : Administrateur ;
 - Worms & Cie : Président du Conseil de Surveillance.
- Étranger :
 - Arjo Wiggins Appleton Plc (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - Christie's International Plc (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - Haussmann Holdings SA (Luxembourg) : Administrateur ;
 - Worms & Co Inc. (États-Unis) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Worms & Co Ltd (Grande-Bretagne) : Président du Conseil d'Administration.

M. Charles de CROISSET

Né le 28 septembre 1943. Français.

Adresse professionnelle : Goldman Sachs International – Peterborough Court, 133 Fleet Street – EC4A 2BB Londres (Royaume-Uni).

Date de première nomination : 15 mai 2008.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1000 actions.

M. Charles de Croisset entre à l'Inspection des Finances en 1968. Après une carrière dans l'administration, il entre en 1980 au Crédit Commercial de France (CCF) dont il fut successivement Secrétaire général, Directeur Général adjoint puis Directeur Général. En 1993, il est nommé Président-Directeur Général du CCF, et en 2000 Executive Director de HSBC Holdings Plc. En mars 2004, il devient Vice-Chairman pour l'Europe de Goldman Sachs puis International Advisor chez Goldman Sachs International en 2006.

Fonctions et mandats actuels :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Bouygues SA : Administrateur ;
 - Euler Hermès SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Galeries Lafayette SA : Membre du Collège des Censeurs ;
 - Renault SA : Administrateur ;

- Thalès SA : Administrateur ;
- Fondation du Patrimoine : Président.

• Étranger :

- Thalès Holdings Plc (Grande-Bretagne) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

• France :

- CCF : Président-Directeur Général ;
- HSBC/CCF Asset Management Group France : Administrateur.

• Étranger :

- HSBC Bank Plc (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
- HSBC Guyerzeller Bank AG (Suisse) : Administrateur ;
- HSBC Holdings Plc (Grande-Bretagne) : Executive Director ;
- HSBC Private Holding SA (Suisse) : Administrateur.

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953. Italien.

Adresse professionnelle : Tod's Spa – Corso Venisia 30 – 00121 Milan (Italie).

Date de première nomination : 15 mai 2002.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Diego Della Valle rejoint l'entreprise familiale en 1975. Il a joué un rôle essentiel dans la définition de la stratégie de l'entreprise et la création des marques qui en ont façonné l'image. Il a développé un plan marketing innovant, devenu un modèle mondialement reconnu dont beaucoup d'entreprises de l'industrie des produits de haute qualité se sont inspirées. Depuis octobre 2000, il est Président et Administrateur délégué du groupe Tod's SpA qui est aujourd'hui l'un des leaders du marché des accessoires de luxe.

Fonctions et mandats actuels :

• France :

- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
- Le Monde Europe SA : Administrateur.

• Étranger :

- ACF Fiorentina Spa (Italie) : Président d'honneur ;
- Assicurazioni Generali Spa (Italie) : Administrateur ;
- Compagnia Immobiliare Azionaria (Italie) : Administrateur ;
- DDV partecipazioni SRL (Italie) : Administrateur unique ;
- DI.VI. Finanziaria SAPA (Italie) : Administrateur ;
- Diego Della Valle & C. SAPA (Italie) : Associé Commandité et Administrateur ;
- Ferrari Spa (Italie) : Administrateur ;

- Marcolin Spa (Italie) : Administrateur ;
- RCS Mediagroup Spa (Italie) : Administrateur ;
- Tod's Spa (Italie) : Président du Conseil d'Administration et Administrateur délégué ;
- Fondazione Della Valle Onlus (Italie) : Président du Conseil d'Administration.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- Étranger :
 - Banca Nazionale del Lavoro Spa (Italie) : Administrateur ;
 - Maserati Spa (Italie) : Administrateur.

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949. Français.

Adresse professionnelle : Moët Hennessy – 65, avenue de la Grande Armée – 75016 Paris (France).

Date de première nomination : 6 juin 1990.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2011.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 76 645 actions.

Entré dans la société Jas Hennessy & Co en 1971 pour prendre en charge le Marketing et les Ventes, M. Gilles Hennessy a participé dès 1977 au lancement d'Hennessy sur les marchés japonais, puis chinois, coréen et vietnamien. Il est Vice-Président de Moët Hennessy depuis le 1^{er} septembre 2002.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Champagne Moët & Chandon SCS : Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires ;
 - France Champagne SA : Administrateur ;
 - Jas Hennessy & Co SCS : Membre du Conseil des Commanditaires ;
 - MHD Moët Hennessy Diageo SAS : Administrateur ;
 - Moët Hennessy Investissements SA : Administrateur ;
 - Veuve Clicquot Ponsardin SCS : Membre du Conseil des Commanditaires.
- Étranger :
 - Innovacion en Marcas de Prestigio SA de CV (Mexique) : Administrateur ;
 - Jas Hennessy & Co Ltd (Irlande) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Millennium Brands Limited (Irlande) : Administrateur ;
 - Millennium Import LLC (États-Unis) : Administrateur ;
 - Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd (Singapour) : Administrateur ;

- Moët Hennessy Belux SA (Belgique) : Administrateur ;
- Moët Hennessy Danmark A/S (Danemark) : Président du Conseil d'Administration ;
- Moët Hennessy de Mexico SA (Mexique) : Administrateur ;
- Moët Hennessy Do Brasil (Brésil) : Membre du Comité Consultatif ;
- Moët Hennessy UK Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
- Moët Hennessy USA Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- Schieffelin & Somerset (États-Unis) : Membre du Conseil de Surveillance ;
- The Glenmorangie Company Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Moët Hennessy SNC : Membre du Conseil de Gérance ;
 - Moët Hennessy International SA : Administrateur.
- Étranger :
 - Moët Hennessy Deutschland GmbH (Allemagne) : Gérant ;
 - Moët Hennessy Shanghai Limited (Chine) : Administrateur.

M. Patrick HOUËL

Né le 25 juillet 1942. Français.

Adresse professionnelle : 10, avenue Frédéric Le Play – 75007 Paris (France).

Date de première nomination : 13 mai 2004.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 9 816 actions.

M. Patrick Houël a passé 7 ans au Crédit Lyonnais, avant de devenir Directeur Financier de Jas Hennessy & Co en 1978. En 1983, il est nommé Directeur Financier Adjoint du Groupe Moët Hennessy puis Directeur Financier de Moët Hennessy en 1985. En 1987 lorsque Moët Hennessy fusionne avec Louis Vuitton, il devient Directeur Financier du Groupe LVMH jusqu'en 2004. Il exerce ensuite les fonctions de Conseiller du Président jusqu'en janvier 2008.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Berluti SA : Représentant permanent de Ufipar, Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Guerlain SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
 - Le Bon Marché Maison Aristide Boucicaud SA : Administrateur ;
 - LVMH Fashion Group SA : Administrateur ;

- Mongoual SA : Représentant Permanent de la Société Montaigne Jean Goujon, Administrateur ;
- Parfums Christian Dior SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
- SA du Château d'Yquem : Administrateur ;
- Wine & Co SA : Administrateur.

- Étranger :

- Sociedad Textil Lonía (Espagne) : Administrateur.

Autres :

- France :
- LCL Obligations Euro SICAV : Administrateur ;
- Objectif Small Caps Euro SICAV : Administrateur ;
- PGH Consultant SARL : Gérant.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
- Delphine SAS : Président ;
- DI Group SA : Administrateur ;
- Eutrope SAS : Président ;
- Grands Magasins de la Samaritaine Maison Ernest Cognacq SA : Représentant permanent de Ufipar, Administrateur ;
- Kenzo SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
- Krug, Vins fins de champagne SA : Administrateur ;
- LBD Holding SA : Administrateur ;
- Le Jardin d'Acclimatation SA : Administrateur ;
- Louis Vuitton Malletier SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
- LV Capital SA : Représentant permanent de LVMH Finance, Administrateur ;
- LVMH Fashion Group SA : Vice-Président du Conseil de Surveillance ;
- LVMH Finance SA : Président et Directeur Général ;
- Marco Polo SA : Administrateur ;
- Moët Hennessy International SA : Administrateur ;
- Moët Hennessy SNC : Membre du Conseil de Gérance ;
- Parfums Givenchy SA : Administrateur ;
- SCI du 30 de l'avenue Hoche : Gérant et Liquidateur ;
- seloger.com : Censeur ;
- Sephora SA : Représentant permanent de LVMH Fashion Group, Administrateur ;
- SFMI Micromania SAS : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Société Montaigne Jean Goujon SAS : Président ;
- Sofidiv SAS : Président ;
- Ufipar SAS : Président ;
- LVMH Services GIE : Membre du collège des Administrateurs.

- Étranger :

- Creare (Luxembourg) : Président du Conseil d'Administration ;
- LVMH Iberia SL (Espagne) : Président du Conseil d'Administration ;
- DFS Holdings Limited (Bermudes) : Administrateur ;
- DFS Guam L.P. (Guam) : Administrateur ;
- DFS Group Limited (Bermudes) : Administrateur ;
- DFS Group L.P. (États-Unis) : Administrateur ;
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton (Japan) KK (Japon) : Administrateur ;
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- LVMH Services Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
- Moët Hennessy USA Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- Nyse-Euronext Inc. (États-Unis) : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Sofidiv Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- TAG Heuer International SA (Luxembourg) : Administrateur ;
- The Glenmorangie Company Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
- 1896 Corp (États-Unis) : Administrateur ;
- 598 Madison Leasing Corp (États-Unis) : Administrateur.

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928. Américain.

Adresse professionnelle : FGR Associates LLC – 280 Park Avenue – 27th Floor – NY 10017 New York (États-Unis).

Date de première nomination : 14 mai 2001.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Felix G. Rohatyn a été Ambassadeur des États-Unis en France de 1997 à 2000. Il était auparavant Associé-Gérant de Lazard Frères & Co LLC. Il a également été membre du Conseil des Gouverneurs du New York Stock Exchange (bourse de New York) de 1968 à 1972.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur.
- Étranger :
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc (États-Unis) : Président.

Autres :

- France :
- Publicis Groupe SA : Membre du Conseil de Surveillance.

- Étranger :
 - Carnegie Hall (États-Unis) : Vice-Président honorifique du Conseil d'Administration ;
 - Center for Strategic and International Studies (CSIS) (États-Unis) : Administrateur ;
 - Council on Foreign Relations (États-Unis) : Conseiller.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Lagardère SCA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Rothschilds Continuation Holdings AG : Administrateur ;
 - Suez : Administrateur.
- Étranger :
 - Comcast Corporation (États-Unis) : Administrateur ;
 - Fiat Spa (Italie) : Administrateur ;
 - Lazard Frères LLC (États-Unis) : Associé-Gérant ;
 - Comités de Conseil International Lehman Brothers (États-Unis) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Richard S. Fuld, Jr (États-Unis) : Conseiller du Président et Directeur Général.

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947. Français.

Adresse professionnelle : Hubert Védrine (HV) Conseil – 21, rue Jean Goujon – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 13 mai 2004.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Hubert Védrine a exercé diverses fonctions au sein de l'Administration et du Gouvernement français. Il a notamment été Conseiller technique pour les relations extérieures au Secrétariat général de la Présidence de la République de 1981 à 1986, Porte-parole de la Présidence de la République de 1988 à 1991, Secrétaire général de la Présidence de la République de 1991 à 1995 et Ministre des Affaires étrangères de 1997 à 2002. Début 2003, il a créé une société de Conseil en stratégie géopolitique, « Hubert Védrine (HV) Conseil ».

Fonctions et mandats actuels :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Hubert Védrine (HV) Conseil SARL : Associé-Gérant.

2.2 Candidats aux fonctions d'Administrateurs

2.2.1 Mandats à renouveler

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977. Français.

Adresse professionnelle : Louis Vuitton Malletier – 2, rue du Pont-Neuf – 75001 Paris (France).

Date de première nomination : 11 mai 2006.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 7 740 actions.

M. Antoine Arnault, diplômé d'HEC Montréal et de l'INSEAD, a créé en 2000 une société dans le domaine de l'Internet, Domainoo.com.

En 2002, il cède sa participation dans Domainoo.com et rejoint Louis Vuitton Malletier où il occupe successivement les fonctions de responsable marketing, domaine dans lequel il a pris d'importantes initiatives, notamment en matière de publicité, puis de Directeur du réseau province de Louis Vuitton France. En 2007, il devient Directeur de la communication de Louis Vuitton.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Les Echos SAS : Membre du Conseil de Surveillance.
- Étranger :
 - Is Spot Runner, Inc. (États-Unis) : Membre du Conseil de Surveillance.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- Président du Conseil d'Administration de Louis Vuitton Monaco (Principauté de Monaco).

M. Antoine BERNHEIM, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924. Français.

Adresse professionnelle : Assicurazioni Generali Spa c/o Generali France – 7 Boulevard Haussmann – 75009 Paris (France).

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 38 220 actions.

M. Antoine Bernheim a été Associé-Gérant de Lazard Frères & Cie de 1967 à 2000 et Associé de Lazard LLC de 2000 à 2005. Il a été Président-Directeur Général de La France SA de 1974 à 1997 et d'Euromarché de 1981 à 1991. Président de Generali Spa entre 1995 et 1999 ; il exerce à nouveau ces fonctions depuis 2002.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe Generali :**

- France :
 - Generali France SA : Administrateur.
- Étranger :
 - Alleanza Assicurazioni (Italie) : Vice-Président et Administrateur ;
 - AMB Generali Holding AG (Allemagne) : Administrateur ;
 - Assicurazioni Generali Spa (Italie) : Président ;
 - Generali España Holding SA (Espagne) : Administrateur ;
 - Generali Holding Vienna AG (Autriche) : Administrateur ;
 - Graafschap Holland (Pays-Bas) : Administrateur ;
 - Intesa Sanpaolo (Italie) : Vice-Président du Conseil de Surveillance.

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Vice-Président et Administrateur ;
 - Christian Dior SA : Administrateur ;
 - Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
 - Financière Jean Goujon SAS : Vice-Président et Membre du Comité de Surveillance ;
 - LVMH Fashion Group SA : Vice-Président et Administrateur ;
 - LVMH Finance SA : Vice-Président et Administrateur.
- Étranger :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Bolloré SA : Vice-Président et Administrateur ;
 - Ciments Français SA : Administrateur ;
 - Eurazeo SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Havas : Administrateur ;
 - Société Française Générale Immobilière SA : Directeur Général.
- Étranger :
 - BSI : Banca della Svizzera Italiana (Suisse) : Administrateur ;
 - Mediobanca (Italie) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Bolloré Investissement SA : Vice-Président et Administrateur ;
 - Partena : Associé Commanditaire ;
 - Rue Impériale : Administrateur.
- Étranger :
 - Banca Intesa Spa (Italie) : Administrateur ;
 - Lazard LLC (États-Unis) : Associé.

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926. Belge.

Adresse professionnelle : Frère-Bourgeois – 12, rue de la Blanche Borne – 6280 Loverval (Belgique).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Après un début de carrière au sein de l'entreprise familiale qui commercialise des produits métallurgiques, M. Albert Frère s'oriente vers l'industrie et acquiert, avec ses associés, la maîtrise de l'ensemble des entreprises sidérurgiques du bassin de Charleroi. En 1981, il participe à la fondation de Pargesa Holding. L'année suivante, cette société entre dans le capital de Groupe Bruxelles Lambert, société dont il prend la Présidence en 1987 et l'exerce depuis cette date. Il est Président du Conseil d'Administration de Frère-Bourgeois SA depuis 1970.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe Frère-Bourgeois :**

- Étranger :
 - Erbé SA (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Financière de la Sambre SA (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Fingen SA (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Frère-Bourgeois SA (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique) : Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué ;
 - Stichting Administratiekantoor Frère-Bourgeois (Pays-Bas) : Président du Conseil d'Administration.

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Groupe Arnault SAS : Représentant permanent de Belholding Belgium SA, Membre du Comité de Direction ;
 - Raspail Investissements SA : Administrateur ;
 - Société Civile du Cheval Blanc : Président du Conseil d'Administration.

Autres :

- France
 - GDF-Suez SA : Vice-Président du Conseil d'Administration et Administrateur ;
 - Métropole Télévision « M6 » SA : Président du Conseil de Surveillance.
- Étranger :
 - GBL Verwaltung SARL (Luxembourg) : Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Gérant ;

- Gruppo Banca Leonardo (Italie) : Administrateur ;
- Pargesa Holding SA (Suisse) : Vice-Président, Administrateur Délégué et Membre du Comité de Direction ;
- Assicurazioni Generali Spa (Italie) : Membre du Comité International ;
- Banque Nationale de Belgique (Belgique) : Régent honoraire.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Suez SA : Vice-Président du Conseil d'Administration et Administrateur.
- Étranger :
 - Agescan Nederland NV (Pays-Bas) : Administrateur ;
 - Coparex International SA (Belgique) : Administrateur ;
 - Frère-Bourgeois Holding BV (Pays-Bas) : Administrateur ;
 - Parjointco NV (Pays-Bas) : Administrateur ;
 - Petrofina (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Power Corporation du Canada (Canada) : Membre du Conseil Consultatif International.

M. Pierre GODÉ, Conseiller du Président

Né le 4 décembre 1944. Français.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 13 janvier 1989.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 695 actions.

M. Pierre Godé a été avocat au barreau de Lille et Professeur à la faculté de droit de Lille puis à celle de Nice.

Il est Conseiller du Président du Groupe Arnault depuis 1986.

Fonctions et mandats actuels :

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Christian Dior SA : Administrateur ;
 - Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
 - Financière Agache SA : Président et Directeur Général ;
 - Financière Jean Goujon SAS : Président ;
 - Groupe Arnault SAS : Directeur Général ;
 - Les Echos SAS : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Raspail Investissements SA : Président et Directeur Général ;
 - SA du Château d'Yquem : Administrateur ;
 - Semyrhamis SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Sevrilux SNC : Représentant légal de Financière Agache, Gérant ;
 - Sofidiv SAS : Membre du Comité de Direction ;

- Société Civile du Cheval Blanc : Administrateur ;
- Association du Musée Louis Vuitton : Représentant permanent de LVMH Fashion Group, Administrateur.

• Étranger :

- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
- Sofidiv UK Limited (Grande-Bretagne) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Havas SA : Administrateur ;
 - Redeg SARL : Gérant.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - DI Group SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
 - Le Bon Marché International SA : Administrateur ;
 - Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA : Administrateur, Directeur Général délégué ;
 - LVMH Fashion Group SA : Membre du Directoire et Directeur Général ;
 - Montaigne Finance SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Montaigne Participations et Gestion SA : Administrateur ;
 - Parfums Christian Dior SA : Représentant permanent de Financière Agache SA, Administrateur ;
 - PMG SARL : Gérant ;
 - Sifanor SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - GIE LVMH Services : Membre du Collège des Administrateurs.
- Étranger :
 - Christian Dior Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
 - Fendi SA (Luxembourg) : Administrateur ;
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon) : Administrateur ;
 - LVMH Services Limited (Grande-Bretagne) : Administrateur.

Lord POWELL of BAYSWATER

Né le 6 juillet 1941. Britannique.

Adresse professionnelle : Lord Powell of Bayswater KCMG – 24 Queen Anne's Gate – SW1H 9AA Londres (Grande-Bretagne).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Lord Powell a été Secrétaire Privé et Conseiller pour les Affaires Étrangères et la Défense des Premiers Ministres Margaret Thatcher et John Major de 1983 à 1991. Il a été Président de Sagitta Asset Management de 2001 à 2005. Il est depuis 2006 Président du Conseil d'Administration de Capital Generation Partners.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe LVMH/Groupe Arnault :**

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur ;
 - Financière Agache SA : Administrateur.
- Étranger :
 - LVMH Services Limited (Grande-Bretagne) : Président du Conseil d'Administration.

Autres :

- Étranger :
 - Capital Generation Partners (Grande-Bretagne) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Caterpillar Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
 - Hong-Kong Land Holdings (Bermudes) : Administrateur ;
 - Magna Holdings (Bermudes) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Mandarin Oriental International Holdings (Bermudes) : Administrateur ;
 - Matheson & Co Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - Northern Trust Global Services (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - Schindler Holding (Suisse) : Administrateur ;
 - Singapore Millennium Foundation Limited (Singapour) : Administrateur ;
 - Textron Corporation (États-Unis) : Administrateur ;
 - Yell Group Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Montaigne Participations et Gestion SA : Administrateur.
- Étranger :
 - Arjo Wiggins Appleton Plc (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - British Mediterranean Airways (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - Dairy Farm International Holdings Ltd (Bermudes) : Administrateur ;
 - Falgos Investments Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - J. Rothschild Name Co Ltd (Grande-Bretagne) : Administrateur ;
 - Jardine International Motor Holdings Ltd (Bermudes) : Administrateur ;
 - Jardine Matheson Holdings Ltd (Bermudes) : Administrateur ;
 - Jardine Strategic Holdings Ltd (Bermudes) : Administrateur ;
 - Jardine & Lloyd Thompson Group Plc (Bermudes) : Administrateur ;
 - National Westminster Bank Plc (Grande-Bretagne) : Administrateur ;

- Nelfi SA (Luxembourg) : Administrateur ;
- Sagitta Asset Management (Grande-Bretagne) : Président du Conseil d'Administration ;
- Said Holdings Ltd (Bermudes) : Administrateur ;
- Phillips, de Pury & Luxembourg (Grande-Bretagne) : Président du Comité Consultatif.

2.2.2 Nouvelle nomination**M. Yves-Thibault de SILGUY**

Né le 22 juillet 1948. Français.

Adresse professionnelle : Vinci – 1 Cours Ferdinand de Lesseps – 92500 Rueil Malmaison (France).

M. de Silguy travaille au Ministère des Affaires étrangères de 1976 à 1981. Il exerce des fonctions auprès de la Communauté européenne, au sein du cabinet de M. Ortolani de 1981 à 1985 puis, entre 1995 et 1999, en qualité de commissaire européen. Il est membre du cabinet des Premiers ministres Jacques Chirac de 1986 à 1988 et Edouard Balladur de 1993 à 1995. En 1988 il rejoint le groupe Usinor-Sacilor dont il est Directeur des affaires internationales jusqu'en 1993. De 2000 à 2006, il exerce successivement les fonctions de membre du Directoire, Directeur Général puis Délégué Général de Suez. En juin 2006, il est nommé Président du Conseil d'Administration de Vinci.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe Vinci :**

- France :
 - Société des Autoroutes du Sud de la France : Administrateur ;
 - Vinci : Président du Conseil d'Administration.

Autres :

- France :
 - Sofisport : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - VTB France : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - AgroParisTech : Président du Conseil d'Administration ;
 - ING Direct France : Membre du Comité Consultatif ;
 - Ministère des Affaires Étrangères : Membre du Conseil des Affaires étrangères ;
 - Ministère de la Défense : Membre du Conseil Économique de la Défense.
- Étranger :
 - Société Monégasque de l'Électricité et du Gaz (Principauté de Monaco) : Administrateur ;
 - Suez-Tractebel (Belgique) : Administrateur ;
 - Medef International : Président des Comités France-Algérie et France-Qatar.

Fonctions et mandats ayant cessé depuis le 1^{er} janvier 2004 :

- France :
 - Calédonienne des Eaux (CDE) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Degrémont : Administrateur ;
 - EEC : Administrateur ;
 - Électricité de Tahiti (EDT) : Administrateur ;
 - Elyo : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Fabricom : Administrateur ;
 - Lyonnaise Europe : Administrateur ;
 - Marama Nui : Administrateur ;
 - Ondéo-Degrémont : Administrateur ;
 - Ondéo Services : Administrateur ;
 - Métropole Télévision « M6 » SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Sita : Administrateur ;
 - Société Polynésienne des Eaux et de l'Assainissement (SPEA) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Socif 4 : Administrateur ;
 - Suez Energies Services : Administrateur ;
 - Suez Environnement : Administrateur ;
 - TPS Gestion : Représentant Permanent de Lyonnaise Satellite, Administrateur ;
 - TPS Motivation : Représentant Permanent de TPS, Administrateur ;
 - Unelco Vanuatu : Administrateur ;
 - Comité France-Chine du Medef : Vice-Président ;
 - Comité de Politique Européenne du Medef : Président ;
 - Université française d'Égypte : Président du Conseil d'Administration.
- Étranger :
 - Société Générale de Belgique : Administrateur ;
 - Swire Sita Waste Services Ltd (Chine) : Administrateur ;
 - VTB (Russie) : Administrateur.

2.3 Censeur**M. Kilian HENNESSY**

Né le 19 février 1907. Français.

Adresse de correspondance : Jas Hennessy & Co – 1, rue de la Richonne – 16100 Cognac (France).

Date de première nomination : 16 septembre 1971.

Date de fin de mandat : Assemblée Annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2009.

M. Kilian Hennessy a débuté sa carrière dans une banque parisienne. Il intègre ensuite la société Jas Hennessy & Co comme Gérant. Il prend la Présidence de la société en 1969 et restera à ces fonctions jusqu'en 1975. Il a également été Président-Directeur Général de la société Moët Hennessy de 1972 à 1976.

Fonctions et mandats actuels :**Groupe LVMH/Groupe Arnault :**

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Censeur ;
 - Jas Hennessy & Co SCS : Président d'honneur du Conseil des Commanditaires ;
 - Parfums Christian Dior SA : Administrateur.

3. COMMISSAIRES AUX COMPTES

Commissaires aux Comptes titulaires

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
<ul style="list-style-type: none"> ERNST & YOUNG Audit Tour Ernst & Young, Faubourg de l'Arche 92037 Paris La Défense Représenté par Jeanne BOILLET et Olivier BREILLOT 	6 juin 1998	13 mai 2004	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009
<ul style="list-style-type: none"> DELOITTE & ASSOCIÉS 185 avenue Charles de Gaulle 92524 Neuilly-sur-Seine Cedex Représenté par Alain PONS 	13 mai 2004	13 mai 2004	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009

Commissaires aux Comptes suppléants

<ul style="list-style-type: none"> M. Denis GRISON 61, rue Henri Regnault 92075 Paris La Défense 	6 juin 1986	13 mai 2004	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009
<ul style="list-style-type: none"> M. Dominique THOUVENIN Tour Ernst & Young, Faubourg de l'Arche 92037 Paris La Défense 	9 juin 1989	13 mai 2004	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009

Honoraires perçus en 2008

(en milliers d'euros, hors taxes)

	ERNST & YOUNG Audit				DELOITTE & ASSOCIÉS			
	2008		2007		2008		2007	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux Comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	1 604	13	1 557	14	934	14	921	14
- Filiales consolidées	8 342	69	8 060	70	5 433	80	5 179	78
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux Comptes								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	169	1	-	-	22	-	38	-
- Filiales consolidées	684	6	485	4	77	1	176	3
	10 799	89	10 102	88	6 466	96	6 314	95
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
- Juridique, fiscal, social	1 111	9	1 220	11	302	4	316	5
- Autres	207	2	93	1	-	-	30	-
	1 318	11	1 313	12	302	4	346	5
Total	12 117	100	11 415	100	6 768	100	6 660	100

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

	<i>Page</i>
1. CHARTRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	160
2. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	161
3. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	162
4. STATUTS	164

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

1. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est l'instance stratégique de la Société LVMH. Compétence, intégrité et responsabilité de ses membres, clarté, collégialité et loyauté des décisions, efficacité et sécurité des contrôles, sont les principes déontologiques qui le gouvernent.

Le Conseil d'Administration de LVMH a pour objectifs prioritaires l'accroissement de la valeur de l'entreprise et la défense de l'intérêt social.

Le Conseil d'Administration de LVMH garantit le respect de ses droits à chacun des actionnaires participant à la composition de son capital et s'assure que ceux-ci remplissent la totalité de leurs devoirs.

La Société se réfère au Code de Gouvernement d'Entreprise des Sociétés Cotées publié par l'AFEP et le MEDEF.

Chacun de ces éléments contribue à la performance et à la transparence de l'entreprise nécessaires à la pérennité de la confiance des actionnaires et des partenaires dans le Groupe.

1.1 Composition du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé d'un nombre maximum de dix-huit membres dont un tiers, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la Société.

L'indépendance d'un Administrateur est appréciée par le Conseil d'Administration en fonction notamment des critères figurant dans le Code de Gouvernement d'Entreprise AFEP/MEDEF.

Le nombre d'Administrateurs, ou de représentants permanents de personnes morales, venant de sociétés extérieures dans lesquelles le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué détient un mandat, est limité à quatre.

1.2 Missions du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration a pour missions principales de :

- veiller au respect de l'intérêt social de la Société et d'en protéger le patrimoine ;
- définir les grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et d'assurer le suivi de leur mise en œuvre ;
- choisir le mode d'organisation de la Direction de la Société ;
- désigner le Président du Conseil d'Administration, le Directeur Général et les Directeurs Généraux délégués de la Société ;
- contrôler la gestion de la Société ;

- arrêter les comptes annuels et semestriels ;
- vérifier la qualité, la fiabilité et la sincérité de l'information fournie aux actionnaires sur la Société et le Groupe ;
- diffuser les valeurs collectives qui animent l'entreprise et ses salariés, qui en régissent les relations avec les consommateurs, ainsi que les rapports avec les partenaires et les fournisseurs de la Société et du Groupe ;
- promouvoir la cohérence du développement économique du Groupe avec une politique sociale et une démarche citoyenne fondées notamment sur le respect de la personne humaine et la préservation de l'environnement dans lequel il agit.

1.3 Fonctionnement du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration tient au minimum quatre réunions dans l'année.

Toute personne physique qui accepte les fonctions d'Administrateur ou de représentant permanent d'une personne morale Administrateur de la Société, prend l'engagement d'assister régulièrement aux réunions du Conseil d'Administration et aux Assemblées Générales.

Sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations, l'absentéisme répété et non justifié d'un Administrateur pourra entraîner la remise en cause de son mandat par le Conseil d'Administration.

Afin de leur permettre d'exercer pleinement le mandat qui leur a été conféré, le Président du Conseil d'Administration, les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué, ainsi que les autres Administrateurs se doivent de communiquer au Conseil d'Administration toute information significative nécessaire à l'exercice de ce mandat.

Les décisions prises par le Conseil d'Administration sont adoptées à la majorité simple et ont un caractère collégial.

S'ils le jugent opportun, les Administrateurs indépendants peuvent tenir réunion en dehors des autres membres du Conseil d'Administration.

Sur des sujets spécifiques ou d'importance, le Conseil d'Administration peut désigner plusieurs Administrateurs en son sein qui se réunissent en Comité(s).

Chaque membre du Conseil d'Administration agit dans l'intérêt et pour le compte de l'ensemble des actionnaires.

Une fois par an, le Conseil d'Administration fait le point sur son fonctionnement et informe les actionnaires de ses conclusions dans un rapport à l'Assemblée. Il est procédé, au minimum une fois tous les trois ans, à une évaluation formalisée des travaux du Conseil, de son organisation et de son fonctionnement.

1.4 Responsabilité

Les membres du Conseil d'Administration ont le devoir de connaître les obligations générales ou particulières qui leur incombent du fait de leur charge, de même que les textes légaux ou réglementaires qui l'encadrent.

Les membres du Conseil d'Administration sont tenus de garder secrète jusqu'à ce qu'elle soit rendue publique par la Société toute information concernant la Société ou le Groupe dont ils pourraient avoir connaissance dans l'exercice de leurs fonctions.

Les membres du Conseil d'Administration s'engagent à n'effectuer, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour celui de tiers, aucune opération sur les titres de la Société au vu d'informations qui leur auraient été communiquées dans le cadre de l'exercice de leurs fonctions et qui ne seraient pas connues du public. En outre, les membres du Conseil d'Administration, bénéficiaires de plans d'options sur actions mis en place par la Société, s'interdisent d'exercer tout ou partie de leurs options dans le délai de dix séances de bourse précédant la date à laquelle les comptes consolidés, annuels ou semestriels, sont rendus publics.

Les Administrateurs s'engagent à :

- prévenir le Président du Conseil d'Administration de toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la Société et leurs intérêts privés et/ou autres devoirs ;
- s'abstenir de participer au vote sur toute délibération les concernant directement ou indirectement ;
- informer le Président du Conseil d'Administration de toute opération ou convention conclue avec une société du Groupe LVMH à laquelle ils seraient partie prenante ;
- informer le Président du Conseil d'Administration de toute mise en examen, condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés.

Le Président du Conseil d'Administration fait part de ces éléments au Comité d'Audit de la Performance.

1.5 Rémunération

L'Assemblée Générale détermine le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration.

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'Administration et, le cas échéant, des Censeurs sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations, en tenant compte de leurs responsabilités particulières au sein du Conseil (e.g. présidence, vice-présidence, participation à tout comité créé au sein du Conseil).

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations a en outre la faculté de proposer que tout ou partie des jetons de présence soit attribué en fonction de la participation des membres du Conseil d'Administration aux réunions de celui-ci.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toutes missions spécifiques qui leur sont confiées. Son montant est déterminé par le Conseil d'Administration et communiqué aux Commissaires aux Comptes de la Société.

1.6 Champ d'application

La présente Charte s'applique à l'ensemble des membres du Conseil d'Administration, ainsi qu'aux Censeurs. Elle devra être communiquée à tout candidat aux fonctions d'Administrateur de même qu'à tout représentant permanent d'une personne morale avant son entrée en fonction.

2. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Est constitué au sein du Conseil d'Administration un comité spécialisé en charge de l'audit de la performance, agissant sous la responsabilité exclusive et collective du Conseil d'Administration.

2.1 Composition du Comité

Le Comité d'Audit de la Performance est composé de trois Administrateurs au moins, dont les deux tiers au moins sont des Administrateurs indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci. La durée maximum des fonctions de Président du Comité est de cinq ans.

Le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ne peut être membre du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité s'il vient d'une société dans le comité analogue de laquelle siège un Administrateur de LVMH.

2.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour missions principales :

- d'examiner les comptes sociaux et consolidés avant leur soumission au Conseil d'Administration ;
- de s'assurer de la pertinence et de la permanence des principes comptables suivis par la Société, ainsi que de la transparence de leur mise en œuvre ;
- de contrôler l'existence, l'adéquation, l'application et l'efficacité des procédures internes dans ce domaine ;
- d'analyser l'exposition de la Société et du Groupe aux risques et les engagements hors bilan significatifs de la Société et du Groupe ;
- d'analyser les variations de périmètre, d'endettement, de couverture de taux ou de couverture de change du Groupe ;
- d'étudier les conclusions et recommandations des Commissaires aux Comptes ;
- de prendre connaissance des conventions majeures conclues par une société du Groupe et de celles qui associent une ou des sociétés du Groupe à une ou des sociétés tierces dont un Administrateur de la Société LVMH est également le dirigeant ou le principal actionnaire ;
- d'évaluer les situations de conflits d'intérêts pouvant affecter un Administrateur et de proposer les mesures propres à les prévenir ou à y remédier ;
- d'assurer le suivi du processus d'élaboration de l'information financière et de veiller à la qualité de celle-ci.

Le Comité pilote la procédure de sélection des Commissaires aux Comptes de la Société et soumet au Conseil d'Administration les résultats de cette sélection.

Le Comité fournit un avis sur les honoraires versés aux Commissaires aux Comptes et ceux versés au réseau auquel ils appartiennent par la Société et les sociétés qu'elle contrôle ou qui la contrôlent, que ce soit au titre de leur mission de commissariat aux comptes ou au titre de missions accessoires. Il examine les risques pesant sur l'indépendance des Commissaires aux Comptes.

Le Comité peut adresser des recommandations au management sur les priorités et les orientations générales de l'Audit Interne.

2.3 Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un Administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité se réunit au minimum deux fois par an, hors la présence du Président du Conseil d'Administration et des Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué, préalablement à la tenue des réunions du Conseil d'Administration dont l'ordre du jour porte sur l'examen des comptes sociaux et des comptes consolidés annuels ou semestriels.

Le cas échéant, le Comité peut être appelé à tenir des réunions exceptionnelles, lorsque survient un événement pouvant affecter de manière significative les comptes sociaux ou consolidés.

Tout document communiqué aux membres du Comité dans le cadre de leurs attributions doit être considéré comme confidentiel tant qu'il n'a pas été rendu public par la Société.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

Chaque réunion du Comité fait l'objet d'un compte-rendu.

2.4 Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

Le Comité peut demander communication de tout document comptable, juridique ou financier qu'il juge utile à l'accomplissement de sa mission.

À sa demande, et hors la présence du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (aux) délégué(s) de LVMH, le Comité peut entendre les Directeurs de la Société, notamment ceux responsables de l'établissement des comptes et du contrôle interne, ainsi que les Commissaires aux Comptes.

2.5 Rémunération des membres du Comité

Les membres et le Président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

3. RÉGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Est constitué au sein du Conseil d'Administration un comité spécialisé en charge de la sélection des Administrateurs et des rémunérations agissant sous la responsabilité exclusive et collective du Conseil d'Administration.

3.1 Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations est composé d'au moins trois Administrateurs et/ou Censeurs. La majorité de ses membres sont indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'Administration, les Administrateurs exerçant une fonction de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ou rémunérés par une filiale de LVMH ne peuvent être membres du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité s'il vient d'une société dans le comité analogue de laquelle siège un Administrateur de LVMH.

3.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour mission d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures et renouvellements aux postes d'Administrateur et de Censeur de la Société en veillant à ce que figurent au sein de son Conseil d'Administration des personnalités extérieures et indépendantes de celle-ci. Il débat notamment de la qualité d'Administrateur indépendant des membres du Conseil au regard des critères applicables.

Le Comité est sollicité par le Président du Conseil d'Administration ou par les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué pour leur donner un avis sur les candidatures aux fonctions de membre du Comité Exécutif du Groupe et de Direction Générale de ses principales filiales. Il est l'instance de réflexion en charge de définir les mesures à prendre en cas de vacance imprévisible de l'un de ces postes.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société.

Il fait des propositions au Conseil sur la rémunération, les avantages en nature, les actions gratuites, les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (aux) délégué(s) de la Société. A cet égard, il fait des recommandations quant aux critères qualitatifs et quantitatifs sur la base desquels sera déterminée la partie variable de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux ainsi que sur les conditions de performance applicables à l'exercice des options et à l'attribution définitive des actions gratuites.

Il prend position sur les éventuels régimes de retraite complémentaire mis en place par la Société au bénéfice de ses dirigeants et formule des recommandations sur les éventuelles indemnités de départ qui pourraient être versées à un dirigeant mandataire social à l'occasion de la cessation de ses fonctions.

Le Comité fournit un avis sur la rémunération et les avantages en nature attribués aux Administrateurs et Censeurs de la Société par le Groupe ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération

et d'incitation, fixes ou variables, immédiats et différés, des dirigeants du Groupe. Il se prononce sur la politique générale d'attribution d'options et d'actions gratuites au sein du Groupe.

Le Comité dresse un tableau récapitulatif des jetons de présence effectivement payés à chaque Administrateur.

Le Comité prépare chaque année un projet de rapport qu'il soumet au Conseil d'Administration, destiné à l'Assemblée Générale des actionnaires et relatif aux rémunérations des mandataires sociaux, aux actions gratuites qui leur ont été attribuées au cours de l'exercice ainsi qu'aux options octroyées ou levées par ceux-ci au cours de cette même période. Ce rapport mentionne également la liste des dix salariés de l'entreprise ayant bénéficié des principales dotations et de ceux ayant effectué les principales levées d'options.

3.3 Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un Administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité délibère, soit à l'initiative du Président du Conseil d'Administration ou de l'Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général, soit de deux des membres de ce Comité, chaque fois que nécessaire.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

3.4 Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

3.5 Rémunération des membres du Comité

Les membres et le Président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

4. STATUTS

Les statuts présentés ci-après tiennent compte des modifications proposées à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009.

Article 1 - Forme

La Société, formée le 19 avril 1962 par transformation d'une Société à Responsabilité Limitée en Société Anonyme, est régie par les dispositions du Code de commerce ainsi que par les présents statuts.

Article 2 - Objet

1. Toute prise d'intérêt par voie de participation directe ou indirecte, apport(s), fusion, scission ou alliance dans toute société ou groupement existant ou à constituer ayant pour activité toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, mobilières, immobilières ou financières et, notamment :

- le commerce des vins de champagne et autres, des cognacs et autres alcools et, plus généralement, des produits dépendant du secteur alimentaire ;
- le commerce de tous produits pharmaceutiques, de parfumerie et de cosmétique et, plus généralement, de produits se rattachant à l'hygiène, à l'esthétique et aux soins ;
- la fabrication, la vente et la promotion d'articles de voyage, bagages, sacs, maroquinerie, articles d'habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ;
- l'exploitation de domaines viticoles, horticoles et arboricoles ainsi que le développement de tout procédé biotechnologique s'y rapportant ;
- l'exploitation de tous domaines fonciers ;
- l'exploitation de toute marque, griffe, modèle, dessin et, plus généralement, de tout droit de propriété industrielle, littéraire ou artistique.

2. Plus généralement, entreprendre directement toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, viticoles, foncières, mobilières, immobilières, financières, de gestion ou de service dans l'un quelconque des domaines d'activité visés au paragraphe 1 ci-dessus.

Article 3 - Dénomination

La Société a pour dénomination :

LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON

Les actes et documents émanant de la société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société Anonyme » ou des initiales « SA » et de l'énonciation du montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la société au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 4 - Siège social

Le siège social est à Paris – 75008, 22 avenue Montaigne.

Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'Administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée Générale Ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Article 5 - Durée

La société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, expirera le 31 décembre 2021, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

Article 6 - Capital

1. Le capital social est fixé à la somme de cent quarante-six millions neuf cent quatre-vingt-un mille deux cent vingt-trois (146 981 223) euros divisé en quatre cent quatre-vingt-neuf millions neuf cent trente-sept mille quatre cent dix (489 937 410) actions de EUR 0,30 nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par les actionnaires de la société Jas Hennessy & Co de 772 877 actions de ladite société, évaluées à FRF 407 306 179.

2 989 110 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 1 670 164 511, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion.

1 343 150 actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à FRF 1 700 000 000.

2. Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

3. Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

4. Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 - Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévu une, doit être versée en totalité lors de la souscription.

Le versement du reste est appelé par le Conseil d'Administration en une ou plusieurs fois dans un délai de cinq ans à compter de la date de réalisation de l'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des actionnaires huit jours au moins avant l'époque fixée pour chaque versement par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du lieu du siège social, ou par lettre recommandée avec avis de réception adressée aux actionnaires.

Les sommes exigibles sur le montant non libéré des actions sont, sans qu'il soit besoin d'une demande en justice, productives, jour par jour, d'un intérêt calculé au taux de 5 % l'an, à compter de la date de leur exigibilité.

Lorsque les actions en numéraire ne sont pas libérées intégralement au moment de l'émission, elles doivent revêtir la forme nominative et demeurer sous cette forme jusqu'à leur entière libération.

Article 8 - Droits et obligations attachés aux actions

Les droits et obligations attachés à l'action suivent celle-ci, dans quelque main qu'elle passe et la cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir et, le cas échéant, la quote-part des réserves et des provisions.

La propriété de l'action entraîne, ipso facto, l'approbation par le titulaire des présents statuts, ainsi que celle des décisions des Assemblées Générales d'actionnaires.

En plus du droit de vote que la loi attache aux actions, chacune d'elles donne droit, dans la propriété de l'actif social, dans le partage des bénéfices et dans le boni de liquidation, à une quotité proportionnelle au nombre et à la valeur nominale des actions existantes.

Le cas échéant, et sous réserve des prescriptions légales impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales, comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la société, avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la société ou de sa liquidation, de telle sorte que, compte tenu de leur valeur nominale respective, toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette, quelle que soit leur origine ou leur date de création.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires font leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions nécessaire.

Article 9 - Forme et transmission des actions

Les actions entièrement libérées revêtent la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve, toutefois, de l'application des dispositions légales relatives à la forme des actions détenues par certaines personnes.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Toutefois, il pourra être créé des certificats ou tout autre document représentatifs d'actions dans les cas et selon les modalités prévues par la loi et les règlements en vigueur.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription en compte nominatif.

Lorsque le propriétaire des titres n'a pas son domicile sur le territoire français, au sens de l'article 102 du Code civil, tout intermédiaire peut être inscrit pour le compte de ce propriétaire. Cette inscription peut être faite sous la forme d'un compte collectif ou en plusieurs comptes individuels correspondant chacun à un propriétaire.

L'intermédiaire inscrit est tenu, au moment de l'ouverture de son compte auprès soit de la société émettrice, soit de l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, de déclarer sa qualité d'intermédiaire détenant des titres pour le compte d'autrui.

Les actions inscrites en compte se transmettent librement par virement de compte à compte.

L'acceptation du cessionnaire n'est exigée que pour les transferts d'actions non entièrement libérées.

Les frais de transfert sont à la charge des cessionnaires.

Les actions non libérées des versements exigibles ne sont pas admises au transfert.

Article 10 - Valeurs mobilières

La Société pourra procéder à l'émission de toute valeur mobilière prévue par la loi.

Il pourra également être créé des certificats ou tout autre document représentatifs de valeurs mobilières dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

Article 11 - Conseil d'Administration

1. Sous réserve des dérogations prévues par la loi, la société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'Administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la Société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de six mois.

3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers, arrondi, le cas échéant, au chiffre immédiatement supérieur, des membres du Conseil d'Administration. Lorsque cette limite est dépassée, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été dépassée.

4. La durée des fonctions des Administrateurs est de trois années. Le mandat d'un Administrateur prend fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat dudit Administrateur.

Toutefois, en vue d'assurer un renouvellement des mandats aussi égal que possible et, en tout cas, complet pour chaque période de trois ans, le Conseil aura la faculté de déterminer, en séance, un ordre de sortie par tirage au sort chaque année, d'un tiers des membres. Une fois le roulement établi, les renouvellements s'effectuent par ancienneté de nomination.

Les Administrateurs sont toujours rééligibles ; ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'Assemblée Générale des actionnaires.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges d'Administrateurs, le Conseil d'Administration peut, entre

deux Assemblées Générales, procéder à des nominations à titre provisoire.

Les nominations effectuées par le Conseil en vertu de l'alinéa ci-dessus sont soumises à la ratification de la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire. À défaut de ratification, les délibérations prises et les actes accomplis antérieurement par le Conseil n'en demeurent pas moins valables.

Lorsque le nombre des Administrateurs est devenu inférieur au minimum légal, les Administrateurs restants doivent convoquer immédiatement l'Assemblée Générale Ordinaire, en vue de compléter l'effectif du Conseil.

L'Administrateur nommé en remplacement d'un autre Administrateur dont le mandat n'est pas expiré ne demeure en fonction que pendant la durée du mandat restant à courir de son prédécesseur.

5. Un salarié de la société ne peut être nommé Administrateur que si son contrat de travail est antérieur à sa nomination et correspond à un emploi effectif. Il ne perd pas, dans ce cas, le bénéfice de son contrat de travail. Le nombre des Administrateurs qui sont liés à la société par un contrat de travail ne peut excéder le tiers des Administrateurs en fonction.

Article 12 - Organisation et fonctionnement du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration élit parmi ses membres un Président qui doit être une personne physique. Il détermine la durée de ses fonctions, qui ne peut excéder celle de son mandat d'Administrateur et peut le révoquer à tout moment.

Le Conseil d'Administration détermine la rémunération du Président.

Le Président du Conseil d'Administration ne peut être âgé de plus de soixante-quinze ans. Si le Président atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Président, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. Sous réserve de cette disposition, le Président du Conseil est toujours rééligible.

Le Conseil peut élire parmi ses membres un ou plusieurs Vice-Présidents, en fixant la durée de leurs fonctions qui ne peut excéder celle de leur mandat d'Administrateur.

Le Conseil constitue un bureau composé du Président du Conseil d'Administration, le cas échéant du ou des Vice-Présidents, et d'un Secrétaire.

Le Secrétaire peut être choisi en dehors des Administrateurs et des actionnaires. Le Conseil fixe la durée de ses fonctions. Le Secrétaire est toujours rééligible.

Article 13 - Réunion du Conseil d'Administration

1. Le Conseil d'Administration se réunit, sur la convocation de son Président, aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige.

Les convocations sont faites au moyen d'une lettre adressée à chacun des Administrateurs, huit jours avant la réunion, et mentionnant l'ordre du jour de celle-ci, lequel ordre du jour est arrêté par l'auteur de la convocation.

Toutefois, le Conseil peut se réunir sans délai sur convocation verbale et sans ordre du jour préétabli :

- si tous les Administrateurs en exercice sont présents ou représentés à cette réunion ; ou
- s'il est réuni par le Président au cours d'une Assemblée d'actionnaires.

Les Administrateurs constituant au moins un tiers des membres du Conseil d'Administration peuvent, en indiquant l'ordre du jour de la séance, convoquer le Conseil si celui-ci ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois.

Le Conseil se réunit au siège social de la société ou en tout autre endroit en France ou hors de France.

2. Tout Administrateur peut donner, même par lettre, télégramme, télex ou télécopie, pouvoir à l'un de ses collègues de le représenter à une séance du Conseil, mais chaque Administrateur ne peut représenter qu'un seul de ses collègues.

La présence effective de la moitié au moins des membres du Conseil est nécessaire pour la validité des délibérations.

Sont réputés présents, pour le calcul du quorum et de la majorité, les Administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les conditions définies par le règlement intérieur du Conseil d'Administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à l'arrêté des comptes annuels et des comptes consolidés ainsi qu'à l'établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du Groupe.

Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés, chaque Administrateur disposant d'une voix pour lui-même et d'une voix pour l'Administrateur qu'il représente. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

3. Il est tenu un registre de présence qui est signé par les Administrateurs participant à la séance du Conseil d'Administration.

4. Les copies ou extraits des délibérations du Conseil d'Administration sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, le Directeur Général, le Secrétaire du Conseil, l'Administrateur délégué temporairement dans les fonctions de Président ou un Fondé de Pouvoir habilité à cet effet.

Article 14 - Pouvoirs du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la société est engagée même par les actes du Conseil d'Administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns. Chaque Administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Article 15 - Pouvoirs du Président du Conseil d'Administration

1. Le Président du Conseil d'Administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée Générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure, en particulier, que les Administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

2. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'Administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 16 - Direction Générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale

La Direction Générale de la Société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'Administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'Administration et portant le titre de Directeur Général, selon la décision du Conseil d'Administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction Générale de la société est assumée par le Président du Conseil d'Administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur Général lui sont applicables.

2. Directeur Général

Le Directeur Général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur Général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur Général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Le Directeur Général est révocable à tout moment par le Conseil d'Administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume les fonctions de Président du Conseil d'Administration.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'Administration.

Il représente la société dans les rapports avec les tiers. La société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'Administration limitant les pouvoirs du Directeur Général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs Généraux délégués

Sur proposition du Directeur Général, le Conseil d'Administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur Général avec le titre de Directeur Général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs Généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs Généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'Administration, sur proposition du Directeur Général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur Général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs Généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur Général.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'Administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs Généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur Général délégué est fixée à soixante-cinq ans. Si le Directeur Général délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Article 17 - Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'Administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur Général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur Général et les Directeurs Généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 18 - Conventions soumises à autorisation

Les cautions, avals et garanties, donnés par la société doivent être autorisés par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Toute convention intervenant entre la société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur Général ou l'un de ses Directeurs Généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur Général ou l'un des Directeurs Généraux délégués de la société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur Général ou membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise.

Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la Société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales. Cependant, ces conventions, sauf lorsqu'en raison de leur objet ou de leurs implications financières, elles ne sont significatives pour aucune des parties, sont communiquées par l'intéressé au Président du Conseil d'Administration. La liste et l'objet desdites conventions sont communiqués par le Président aux membres du Conseil d'Administration et aux Commissaires aux Comptes.

Article 19 - Conventions interdites

Il est interdit aux Administrateurs autres que les personnes morales, de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la société, de se faire consentir par elle un découvert en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au Directeur Général, aux Directeurs Généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales Administrateurs. Elle s'applique également aux conjoints, ascendants, et descendants des personnes visées au présent article, ainsi qu'à toute personne interposée.

Article 20 - Rémunération des Administrateurs

1. L'Assemblée Générale Ordinaire peut allouer aux Administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme fixe annuelle, à titre de jetons de présence, dont le montant est porté dans les charges d'exploitation de la Société.

Le Conseil d'Administration répartit ces rémunérations entre ses membres comme il l'entend.

2. Le Conseil d'Administration peut autoriser le remboursement des frais de voyage et de déplacement et des dépenses engagés par les Administrateurs dans l'intérêt de la Société.

3. Le Conseil d'Administration peut allouer une rémunération à l'Administrateur auquel ont été conférés des pouvoirs, une mission ou un mandat spécial, dans les conditions prévues à l'article 17 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 18 des présents statuts.

4. Indépendamment des sommes prévues sous les trois paragraphes précédents, ainsi que des salaires des Administrateurs régulièrement liés à la société par un contrat de travail, et des allocations fixes ou proportionnelles rémunérant les fonctions du Président du Conseil d'Administration ou de l'Administrateur provisoirement délégué dans ces fonctions, du Directeur Général et le cas échéant des Directeurs Généraux délégués, aucune autre rémunération permanente ou non ne peut être allouée aux Administrateurs.

Article 21 - Collège de Censeurs

L'Assemblée Générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'Administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges de Censeurs et sous réserve de ratification par la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire, le Conseil d'Administration peut procéder à des nominations à titre provisoire.

Les Censeurs, qui sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence, forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

Les Censeurs sont convoqués aux séances du Conseil d'Administration et prennent part aux délibérations avec voix consultative, sans que toutefois leur absence puisse nuire à la validité de ces délibérations.

Le Conseil d'Administration peut rémunérer les Censeurs par prélèvement sur le montant des jetons de présence alloué par l'Assemblée Générale à ses membres.

Article 22 - Commissaires aux Comptes

Le contrôle de la société est exercé, dans les conditions fixées par la loi, par un ou plusieurs Commissaires aux Comptes remplissant les conditions légales d'éligibilité. Lorsque les conditions légales sont réunies, la société doit désigner au moins deux Commissaires aux Comptes.

Chaque Commissaire aux Comptes est nommé par l'Assemblée Générale Ordinaire.

L'Assemblée Générale Ordinaire nomme un ou plusieurs Commissaires aux Comptes suppléants, appelés à remplacer les titulaires en cas de refus, d'empêchement, de démission ou de décès.

Article 23 - Assemblées Générales

1. Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, six jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au

porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées Générales par son conjoint ou par un autre actionnaire.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'Administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du Code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées Générales pourront également, sur décision du Conseil d'Administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L. 228-1 du Code de commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée Générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas relevé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la société, deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées Générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'Administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur

spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. A égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de trois ans ci-dessus mentionné, tout transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible. Il en est de même en cas de transfert par suite d'une fusion ou d'une scission d'une société actionnaire.

Le vote a lieu, et les suffrages sont exprimés, à main levée, ou par assis et levés, ou par appel nominal, selon ce qu'en décide le bureau de l'Assemblée.

Toutefois, le scrutin secret peut être décidé :

- soit par le Conseil d'Administration ;
- soit par des actionnaires représentant au moins le quart du capital social et à la condition que le Conseil d'Administration ou l'auteur de la convocation en ait reçu la demande écrite deux jours francs au moins avant la réunion.

3. L'Assemblée Générale Ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice.

L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur première convocation ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur deuxième convocation

délibère valablement quel que soit le nombre d'actionnaires présents ou représentés.

Les délibérations de l'Assemblée Générale Ordinaire sont prises à la majorité des voix des actionnaires présents ou représentés.

4. L'Assemblée Générale Extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

En ce qui concerne l'Assemblée Générale Extraordinaire, le quorum est du quart des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Générale Extraordinaire sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

5. Les copies ou extraits des procès-verbaux de l'Assemblée sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, par le Directeur Général ou par le Secrétaire de l'Assemblée.

Les Assemblées Générales Ordinaires et Extraordinaires exercent leurs pouvoirs respectifs dans les conditions prévues par la loi.

6. Dans les Assemblées Générales Extraordinaires à forme constitutive, c'est-à-dire celles appelées à délibérer sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, l'apporteur ou le bénéficiaire n'a voix délibérative ni pour lui-même ni comme mandataire.

7. S'il existe plusieurs catégories d'actions, aucune modification ne peut être faite aux droits des actions d'une de ces catégories sans vote conforme d'une Assemblée Générale Extraordinaire ouverte à tous les actionnaires et, en outre, sans vote également conforme d'une Assemblée Spéciale ouverte aux seuls propriétaires des actions de la catégorie intéressée.

En ce qui concerne l'Assemblée Spéciale, le quorum est du tiers des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Spéciale sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

Article 24 - Information sur la détention du capital social

Toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, elle cesse lorsque la part de capital détenue est égale ou supérieure à 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

Article 25 - Identification des détenteurs de titres

La Société est en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge dont le montant maximum est fixé par arrêté du ministre chargé de l'Économie, au dépositaire central d'instruments financiers, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

La Société au vu de la liste transmise par l'organisme susmentionné, a la faculté de demander, soit par l'entremise de cet organisme, soit directement, aux personnes figurant sur cette liste et dont la société estime qu'elles pourraient être inscrites pour compte de tiers les informations concernant les propriétaires des titres prévues ci-dessus.

Ces personnes sont tenues, lorsqu'elles ont la qualité d'intermédiaire, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres. L'information est fournie directement à l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, à charge pour ce dernier de la communiquer, selon le cas, à la société émettrice ou à l'organisme susmentionné.

Article 26 - Exercice social

Chaque exercice social a une durée d'une année qui commence le premier janvier et s'achève le trente et un décembre de chaque année.

Article 27 - Comptes annuels

Le Conseil d'Administration tient une comptabilité régulière des opérations sociales et dresse des comptes annuels conformément aux lois et usages du commerce.

Article 28 - Affectation des résultats et répartition des bénéfices

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Lorsqu'un bilan établi au cours ou à la fin de l'exercice et certifié conforme par le Commissaire aux Comptes fait apparaître que la société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite s'il y a lieu des pertes antérieures, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi ou des présents statuts, et prise en compte s'il y a lieu du report bénéficiaire antérieur, a réalisé un bénéfice, le Conseil d'Administration peut décider de distribuer des acomptes sur dividende avant l'approbation des comptes de l'exercice, ainsi que d'en fixer le montant et la date de répartition. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice défini au présent alinéa.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée Générale Ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée

du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Article 29 - Mise en paiement des dividendes

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales ;
- la Société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

Article 30 - Dissolution anticipée

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut, à toute époque, prononcer la dissolution anticipée de la Société.

Article 31 - Perte de la moitié du capital social

Si, du fait des pertes constatées dans les documents comptables, les capitaux propres de la société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, le Conseil d'Administration doit, dans les quatre mois de l'approbation des comptes ayant fait apparaître cette perte, convoquer l'Assemblée Générale Extraordinaire à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée de la Société.

Si la dissolution n'est pas prononcée, le capital doit, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue, et sous réserve des dispositions légales relatives au capital minimum des sociétés anonymes, être réduit d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pu être imputées sur les réserves, si dans ce délai les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

À défaut de réunion de l'Assemblée Générale, comme dans le cas où cette Assemblée n'a pu délibérer valablement, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la Société.

Article 32 - Effets de la dissolution

La société est en liquidation dès l'instant de sa dissolution pour quelque cause que ce soit. Sa personnalité morale subsiste pour les besoins de cette liquidation jusqu'à la clôture de celle-ci.

Pendant toute la durée de la liquidation, l'Assemblée Générale conserve les mêmes pouvoirs qu'au cours de l'existence de la Société.

Les actions demeurent négociables jusqu'à la clôture de la liquidation.

La dissolution de la société ne produit ses effets à l'égard des tiers qu'à compter de la date à laquelle elle est publiée au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 33 - Nomination des liquidateurs – pouvoirs

À l'expiration de la durée de la société ou en cas de dissolution anticipée, l'Assemblée Générale règle le mode de liquidation et nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi. La nomination des liquidateurs met fin aux fonctions des Administrateurs et, s'il en existe, des Censeurs.

Article 34 - Liquidation – clôture

Après extinction du passif, le solde de l'actif est d'abord employé au paiement aux actionnaires du montant du capital versé sur leurs actions et non amorti.

Le surplus, s'il y a lieu, est réparti entre toutes les actions.

Les actionnaires sont convoqués en fin de liquidation pour statuer sur le compte définitif, sur le quitus de la gestion des liquidateurs et la décharge de leur mandat, et pour constater la clôture de la liquidation.

La clôture de la liquidation est publiée conformément à la loi.

Article 35 - Contestations

Tous litiges entre la société et l'un quelconque des actionnaires auxquels pourraient donner lieu les présents statuts ou qui en seraient la suite ou la conséquence seront de la compétence exclusive du Tribunal de Commerce de Paris.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE

	<i>Page</i>
1. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ	176
1.1 RÔLE DE LA SOCIÉTÉ DANS LE GROUPE	176
1.2 INFORMATIONS GÉNÉRALES	176
1.3 INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	176
2. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL	177
2.1 CAPITAL SOCIAL	177
2.2 CAPITAL AUTORISÉ	177
2.3 ÉTAT DES DÉLÉGATIONS ET AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION	177
2.4 IDENTIFICATION DES PORTEURS DE TITRES	178
2.5 TITRES NON REPRÉSENTATIFS DU CAPITAL	178
2.6 TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL	178
2.7 ÉVOLUTION DU CAPITAL DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES	178
3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE	179
3.1 ACTIONNARIAT DE LA SOCIÉTÉ	179
3.2 MODIFICATIONS INTERVENUES DANS LA RÉPARTITION DU CAPITAL AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES	180
3.3 NANTISSEMENTS D' ACTIONS DÉTENUES AU NOMINATIF PUR PAR LES PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	180
3.4 PERSONNES MORALES OU PHYSIQUES POUVANT EXERCER UN CONTRÔLE SUR LA SOCIÉTÉ	180
4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH	181
4.1 MARCHÉ DE L' ACTION LVMH	181
4.2 PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS	182
4.3 MARCHÉ DES OBLIGATIONS LVMH	182
4.4 DIVIDENDE	182
4.5 ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL	182
4.6 PERFORMANCE PAR ACTION	182

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE

1. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

1.1 Rôle de la Société dans le Groupe

La société LVMH assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance au management, en particulier en matière juridique, financière, fiscale ou dans le domaine des assurances.

La Société centralise les ressources de trésorerie et les besoins de financement de ses filiales françaises ainsi que de certaines filiales européennes.

Pour ces mêmes filiales, LVMH centralise également les couvertures de change, qu'elle répercute de façon symétrique sur le marché.

L'ensemble de ces prestations est rémunéré par des facturations aux filiales concernées, sur la base du prix de revient réel ou aux conditions normales de marché, selon la nature de la prestation.

Pour l'exercice 2008, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 103,2 millions d'euros au titre de l'assistance de gestion ; les produits et charges financières intra-Groupe résultant de la centralisation de trésorerie décrite ci-dessus se sont élevés pour la même période à respectivement 178,6 et 152,4 millions d'euros.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

1.2 Informations générales

Le texte complet des statuts figure dans la partie « Gouvernement d'entreprise » du document de référence.

Dénomination sociale (article 3 des statuts) : LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton.

Siège social (article 4 des statuts) : 22, avenue Montaigne, 75008 Paris. Téléphone : 01.44.13.22.22.

Forme juridique (article 1 des statuts) : société anonyme.

Législation de la Société (article 1 des statuts) : Société régie par le droit français.

Registre du Commerce et des Sociétés : la Société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro 775 670 417 Paris. Code APE : 7010Z.

Date de constitution – Durée (article 5 des statuts) : LVMH a été constituée le 1^{er} janvier 1923 pour une durée de 99 ans expirant le 31 décembre 2021, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires.

Lieu de consultation des documents relatifs à la Société : les statuts, comptes et rapports, procès-verbaux d'Assemblées Générales peuvent être consultés au siège social à l'adresse mentionnée ci-dessus.

1.3 Informations complémentaires

Le texte complet des statuts figure dans la partie « Gouvernement d'entreprise » du document de référence.

Objet social (article 2 des statuts) : toute prise d'intérêt dans toute société ou groupement ayant notamment pour activité le commerce des vins de champagne, des cognacs et autres alcools, de tous produits de parfumerie et de cosmétique ; la fabrication et la vente d'articles de maroquinerie, habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ; l'exploitation de domaines viticoles ; l'exploitation de tout droit de propriété intellectuelle.

Exercice social (article 26 des statuts) : du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Répartition statutaire des bénéfices (article 28 des statuts) : il est d'abord prélevé sur le bénéfice distribuable la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à 5 % du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent. Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou de les reporter à nouveau. Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

L'Assemblée Générale peut également décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle.

Assemblées Générales (article 23 des statuts) : les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur.

Droits, privilèges et restrictions attachés aux actions (articles 6, 8, 23 et 28 des statuts) : les actions sont toutes de même catégorie, nominative ou au porteur.

Chaque action donne droit à une quotité proportionnelle dans la propriété de l'actif social, et dans le partage des bénéfices et du boni de liquidation. Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit, les actionnaires font leur affaire personnelle du regroupement du nombre d'actions nécessaire.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative au nom du même actionnaire ainsi qu'aux actions nominatives attribuées à un actionnaire en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit. L'Assemblée Générale Extraordinaire du 6 juin 1986 a porté à trois ans (deux antérieurement) la durée minimum de l'inscription. Ce droit peut être supprimé par décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

Franchissements de seuil (article 24 des statuts) : indépendamment des obligations légales, les statuts disposent que toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à 1 % doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins 1 %. Elle cesse lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant la

modification des droits des actionnaires à des conditions plus strictes que la loi.

Dispositions régissant les modifications du capital social : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant les modifications du capital à des conditions plus strictes que la loi.

2. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL

2.1 Capital social

Au 31 décembre 2008, le capital social de la Société s'élevait à 146 981 223 euros divisé en 489 937 410 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libéré.

Parmi ces 489 937 410 actions, 226 413 842 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.2 Capital autorisé

Au 31 décembre 2008, le capital autorisé de la Société s'élevait à 599 467 865 actions de 0,30 euro de valeur nominale.

2.3 État des délégations et autorisations données au Conseil d'Administration

• Délégations de compétence générales

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation
Augmentation de capital avec droit préférentiel de souscription (actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital et incorporation de réserves)	10 mai 2007 (15 ^e résol.)	9 juillet 2009 (26 mois) ⁽¹⁾	30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Libre	Néant
Augmentation de capital sans droit préférentiel de souscription (actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital)	10 mai 2007 (16 ^e résol.)	9 juillet 2009 (26 mois) ⁽¹⁾	30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Selon réglementation en vigueur	Néant
Augmentation de capital dans le cadre d'opérations complexes :	10 mai 2007 (17 ^e résol.)	9 juillet 2009 (26 mois) ⁽¹⁾			
- offre publique d'échange			30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Libre	Néant
- apport en nature			10 % du capital 48 993 741 actions ⁽²⁾	Libre	Néant
Augmentation de capital réservée à des catégories de personnes (établissements de crédit ou sociétés régies par le Code des assurances)	15 mai 2008 (13 ^e résol.)	14 novembre 2009 (18 mois)	30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Moyenne pondérée des cours des 3 dernières séances de bourse précédant sa fixation – décote maximum : 5 %	Néant

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009 de renouveler cette autorisation. Voir « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : la société LVMH ».

(2) Montant nominal maximum. Sur ce montant s'imputerait le montant nominal de toute augmentation de capital décidée en application des autres délégations de compétence ou des émissions réservées aux salariés mentionnées ci-dessous.

(3) Montant susceptible d'être augmenté dans la limite de 15 % de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires (Assemblées du 10 mai 2007, 19^e résolution et du 15 mai 2008, 14^e résolution).

• Actionnariat salarié

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'exercice	Utilisation au 31 décembre 2008
Options de souscription ou d'achat d'actions	11 mai 2006 (15 ^e résol.)	10 juillet 2009 (38 mois) ⁽¹⁾	3 % du capital 14 698 122 actions	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution	• attribuées : 5 167 667 • attribuables : 9 530 455
Attribution d'actions gratuites	15 mai 2008 (12 ^e résol.)	14 juillet 2011 (38 mois)	1 % du capital 4 899 374 actions ⁽²⁾	Non applicable	• attribuées : 162 972 • attribuables : 4 736 402
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise	15 mai 2008 (15 ^e résol.)	14 juillet 2010 (26 mois) ⁽¹⁾	3 % du capital 14 698 122 actions ⁽²⁾	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 30 %	Néant

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009 de renouveler cette autorisation. Voir « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : la société LVMH ».

(2) Ces émissions s'imputeraient sur le montant nominal maximum des augmentations de capital décidées en application des délégations de compétence ci-dessus.

• Programme de rachat d'actions

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/Durée	Montant autorisé	Utilisation
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 130 euros	15 mai 2008 (10 ^e résol.)	14 novembre 2009 (18 mois) ⁽¹⁾	10 % du capital 48 993 741 actions	Mouvements de l'exercice ⁽²⁾ Achat : 862 783 Vente : 0
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	15 mai 2008 (11 ^e résol.)	14 novembre 2009 (18 mois) ⁽¹⁾	10 % du capital par période de 24 mois 48 993 741 actions	Actions annulées en 2008 : 92 600 ⁽³⁾

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009 de renouveler cette autorisation. Voir « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : la société LVMH ».

(2) Hors contrat de liquidité. Pour les achats, y compris les exercices de calls.

(3) 92 600 actions ayant été créées en 2008 lors de l'exercice d'options de souscription d'actions, le capital est inchangé au 31 décembre 2008.

2.4 Identification des porteurs de titres

L'article 25 des statuts autorise la Société à mettre en œuvre une procédure d'identification des détenteurs de titres.

2.5 Titres non représentatifs du capital

La Société n'a pas émis de titres non représentatifs du capital social.

2.6 Titres donnant accès au capital

Aucun titre donnant accès au capital, autre que les options de souscription décrites au paragraphe 3.4.2 du « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : la société LVMH », n'était en vigueur au 31 décembre 2008.

2.7 Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)

	Variation du capital				Capital après opération	
	Nature des opérations	Nombre d'actions	Nominal	Primes	Montant	Nombre cumulé d'actions
Au 31 décembre 2005					146 981	489 937 410
Exercice 2006	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2007	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2008	Émission d'actions ⁽¹⁾	92 600	28	-	147 009	490 030 010
	Annulation d'actions	92 600	(28)		146 981	489 937 410
Au 31 décembre 2008					146 981	489 937 410

(1) Dans le cadre de levées d'options de souscription d'actions.

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1 Actionnariat de la Société

Au 31 décembre 2008, le capital était constitué de 489 937 410 actions ; compte tenu des titres auto-détenus, 473 061 219 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 226 413 842 d'un droit de vote double :

- 235 856 397 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 8 690 189 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 245 390 824 actions étaient au porteur.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ⁽¹⁾	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault ⁽²⁾	232 333 190	454 143 600	47,42	63,40
Autres actionnaires	257 604 220	262 207 652	52,58	36,60
Total au 31 décembre 2008	489 937 410	716 351 252	100,00	100,00

⁽¹⁾ Nombre total des droits de vote théoriques. Au 31 décembre 2008, le nombre total des droits de vote net des actions privées du droit de vote s'élève à 699 475 061.

Au 31 décembre 2008, il existait 16 876 191 actions d'autocontrôle sans droit de vote.

⁽²⁾ Contrôlée par la famille de Monsieur Bernard Arnault, la société Groupe Arnault SAS est la holding qui contrôle « in fine » LVMH.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée en décembre 2008 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 100 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 1 000 actions, la Société compte environ 5 619 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 72,6 % et 27,4 % du capital (voir rapport annuel 2008 « Structure du capital »).

À la connaissance de la Société :

- un actionnaire détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2008 ;
- il n'existe aucun autre actionnaire détenant directement, indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote ;
- il n'existe aucun pacte d'actionnaires portant sur au moins 0,5 % du capital ou des droits de vote ni aucune action de concert.

Au 31 décembre 2008, les dirigeants et membres du Conseil d'Administration détenaient directement et à titre personnel moins de 0,1 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 31 décembre 2008, la Société détenait 16 876 191 de ses propres actions. 1 543 030 actions étaient comptabilisées en valeurs mobilières de placement, 4 892 048 actions étaient affectées à la couverture de plans d'options d'achat d'actions, le solde soit 10 441 113 actions était comptabilisé en titres immobilisés, avec

principalement pour objectif la couverture de plans d'options de souscription existants. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2008, les salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce, détenaient, dans le cadre des plans d'épargne d'entreprise, 100 089 actions de la Société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2008, le Crédit Suisse et certaines de ses filiales, la Caisse des Dépôts, le Crédit Agricole, UBS, MFS et certaines de ses filiales ont informé la Société de différents franchissements à la hausse et/ou à la baisse de seuils statutaires compris entre 1 % et 3 % du capital. Aux termes des dernières notifications reçues en 2008, le Crédit Suisse et certaines de ses filiales ainsi que UBS détenaient moins de 1 % du capital et des droits de vote théoriques ; la Caisse des Dépôts détenait 1,46 % du capital et 1 % des droits de vote théoriques ; le Crédit Agricole détenait 2 % du capital et 1,05 % des droits de vote théoriques et MFS et certaines de ses filiales détenaient 2,86 % du capital et 1,46 % des droits de vote théoriques.

Aucune offre publique d'achat ou d'échange ni aucune garantie de cours n'ont été effectuées par des tiers sur les actions de la Société au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2008 et au 20 février 2009.

3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2008			Au 31 décembre 2007			Au 31 décembre 2006		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ⁽¹⁾	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ⁽¹⁾	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ⁽¹⁾
Groupe Arnault	232 333 190	47,42	63,40	232 333 190	47,42	63,46	232 933 190	47,54	63,33
dont :									
- Financière Jean Goujon	207 821 325	42,42	58,02	207 821 325	42,42	58,08	207 821 325	42,42	58,59
- Financière Agache et affiliés	24 511 865	5,00	5,38	24 511 865	5,00	5,38	25 111 865	5,12	4,74
Auto-détention	16 876 191	3,44	2,36	15 423 024	3,15	2,16	17 618 089	3,60	2,48
Public au nominatif	4 837 205	0,99	1,32	4 863 535	0,99	1,22	4 779 791	0,98	1,12
Public au porteur	235 890 824	48,15	32,92	237 317 661	48,44	33,16	234 606 340	47,88	33,07
Total	489 937 410	100,00	100,00	489 937 410	100,00	100,00	489 937 410	100,00	100,00

(1) Droits de vote théoriques.

3.3 Nantissements d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires

La Société n'a connaissance d'aucun nantissement portant sur des actions détenues au nominatif par les principaux actionnaires.

3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société

Au 31 décembre 2008, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société représentant 42,42 % du capital et 58,02 % des droits de vote théoriques. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 31 décembre 2008, Financière Jean Goujon était détenue à 100 % par Christian Dior, mère de Christian Dior Couture SA.

Christian Dior, société cotée sur l'Euronext Paris de Nyse Euronext, était à cette même date contrôlée directement et indirectement, à hauteur de 69,43 % de son capital, par la société Financière

Agache, cette dernière étant elle-même contrôlée, à travers la société Montaigne Finance, filiale à 100 % de Groupe Arnault SAS, par la famille Arnault.

En ce qui concerne les différents holdings de contrôle du Groupe LVMH :

- en décembre 2002, la société Financière Agache a apporté sa participation de contrôle dans Christian Dior à sa filiale à 100 % Semyrhamis ;
- en décembre 2004, la société Montaigne Participations et Gestion a été absorbée par la société Groupe Arnault SAS.

4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH

4.1 Marché de l'action LVMH

Les actions de la Société sont cotées sur Euronext Paris (code ISIN FR0000121014) et sont éligibles au SRD (service de règlement différé d'Euronext Paris). Les actions LVMH servent de sous-jacent à des options négociables sur NYSE Liffe.

LVMH fait partie des principaux indices français et européens utilisés par les gestionnaires de fonds : CAC 40, DJ EuroStoxx 50, MSCI Europe, FTSE Eurotop 100.

À fin décembre, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 23 milliards d'euros, ce qui place LVMH au onzième rang du CAC 40.

539 114 668 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2008 pour un montant total de 34 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 2 105 917 titres.

Depuis le 23 septembre 2005, LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA a confié à un établissement financier la mise en œuvre d'un contrat de liquidité conforme à la Charte de déontologie de l'AFEI approuvée par l'Autorité des Marchés Financiers par décision du 22 mars 2005, et publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires du 1^{er} avril 2005.

Nombre de titres et en capitaux échangés à la bourse de Paris et évolution des cours depuis dix-huit mois

		Cours d'ouverture premier jour <i>(en euros)</i>	Cours de clôture dernier jour <i>(en euros)</i>	Cours* le plus haut <i>(en euros)</i>	Cours* le plus bas <i>(en euros)</i>	Nombre de titres échangés	Capitaux échangés <i>(en milliards d'euros)</i>
2007	AOÛT	81,10	81,99	84,40	77,06	42 901 690	3,5
	SEPTEMBRE	82,29	84,07	84,15	78,00	29 767 919	2,4
	OCTOBRE	83,76	88,88	89,36	83,30	34 738 329	3,0
	NOVEMBRE	89,18	82,94	89,20	77,63	45 523 655	3,7
	DÉCEMBRE	83,04	82,68	85,90	80,25	29 259 991	2,4
2008	JANVIER	82,98	68,53	83,93	61,95	68 024 571	4,9
	FÉVRIER	69,16	68,23	73,32	66,50	43 952 594	3,1
	MARS	66,50	70,50	70,91	63,52	43 790 025	2,9
	AVRIL	70,08	73,42	74,00	65,37	38 122 626	2,7
	MAI	74,60	75,21	77,35	72,07	26 786 758	2,0
	JUIN	75,34	66,58	75,35	64,80	31 041 844	2,2
	JUILLET	66,43	70,95	71,90	59,49	44 944 422	2,9
	AOÛT	70,49	72,72	74,65	68,55	24 625 047	1,8
	SEPTEMBRE	72,29	61,75	75,51	60,14	49 951 555	3,4
	OCTOBRE	62,35	51,865	62,76	43,605	77 481 603	4,1
	NOVEMBRE	52,22	44,58	56,91	38,10	55 809 610	2,5
	DÉCEMBRE	44,92	47,77	49,60	40,70	34 584 013	1,6
2009	JANVIER	47,80	42,81	49,90	39,08	39 921 684	1,7

* Cours en séance.

4.2 Programme de rachat d'actions

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par l'Assemblée Générale du 15 mai 2008, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2008, les achats en bourse de titres LVMH par LVMH SA nets des cessions (hors exercices de calls, levées d'options, attributions gratuites et annulations d'actions) ont représenté 1 775 083 de ses propres actions, soit 0,4 % de son capital. LVMH a également procédé à l'exercice de 203 000 calls sur ses propres titres et à l'acquisition de 1 159 200 calls.

4.3 Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton non échues au 31 décembre 2008, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse.

Obligations cotées à Paris et à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	750 000 000	2003	2010	5 %

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
JPY	5 000 000 000	2008	2011	variable
EUR	760 000 000	2005	2012	3,375 %
EUR	600 000 000	2004	2011	4,625 %
CZK	770 000 000	2004	2009	variable

Obligations cotées à Zurich

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
CHF	200 000 000	2008	2015	4 %
CHF	200 000 000	2008	2011	3,625 %
CHF	300 000 000	2007	2013	3,375 %

4.4 Dividende

Il est proposé de distribuer aux 489 937 410 actions composant le capital social un dividende de 1,60 euro par action au titre de l'exercice 2008, stable par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2007.

La distribution totale de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton s'élèvera ainsi à 784 millions d'euros au titre de l'exercice 2008, avant effet de l'auto-détention.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2004 à 2008

Année	Dividende brut par action ⁽¹⁾ (en euro)	Dividendes mis en distribution (en millions d'euros)
2008 ⁽²⁾	1,60	784
2007	1,60	784
2006	1,40	686
2005	1,15	563
2004	0,95	465

(1) Hors avoirs fiscaux ou crédits d'impôt prévus par la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

(2) Proposition soumise à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009.

La Société a une politique constante de distribution de dividende, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'État.

4.5 Évolution du capital social

Le nombre d'actions est resté inchangé au cours de l'exercice et s'élève à 489 937 410 actions.

4.6 Performance par action

(en euros)	2008	2007	2006
Résultat net part du Groupe après dilution	4,26	4,22	3,94
Dividende brut	1,60	1,60	1,40
Progression/année précédente	-	14,3 %	21,7 %
Cours le plus haut	83,93	89,36	85,50
Cours le plus bas	38,10	77,06	69,60
Cours au 31 décembre	47,77	82,68	79,95
Progression/année précédente	(42,2) %	3,4 %	6,5 %

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LA SOCIÉTÉ LVMH

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ MÈRE LVMH	184
1.1 COMMENTAIRES SUR LE BILAN	184
1.2 RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ MÈRE ET PERSPECTIVES D'AVENIR	185
1.3 PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS	185
2. AFFECTATION DU RÉSULTAT	188
3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D' OPTIONS	189
3.1 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	189
3.2 ACTIONS DÉTENUES PAR LES ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	189
3.3 ACTIONNARIAT DES SALARIÉS	189
3.4 PLANS D' OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D' ACHAT D' ACTIONS	189
3.5 ATTRIBUTION D' ACTIONS GRATUITES	193
3.6 MOUVEMENTS AU COURS DE L' EXERCICE	194
3.7 PLANS D' OPTIONS MIS EN PLACE PAR LES FILIALES	194
4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER	194
4.1 ÉTAT DES DÉLÉGATIONS ET AUTORISATIONS EN COURS	194
4.2 AUTORISATIONS À RENOUVELER	196
5. QUESTIONS ADMINISTRATIVES	197
5.1 COMPOSITION DU CONSEIL D' ADMINISTRATION	197
5.2 LISTE DES MANDATS ET FONCTIONS DES ADMINISTRATEURS	197
5.3 MODIFICATION DES STATUTS	197
5.4 RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX	197
6. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L' EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES	200
7. ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D' AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D' OFFRE PUBLIQUE	201
8. PRISE EN COMPTE DES CONSÉQUENCES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE L' ACTIVITÉ	201
9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	201

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION : LA SOCIÉTÉ LVMH

1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ MÈRE LVMH

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société LVMH arrêtés au 31 décembre 2008 ont été établis conformément aux règles légales françaises et, selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent sous réserve de ce qui suit.

L'avis 08-17 du Conseil National de la Comptabilité du 6 novembre 2008 et le règlement 2008-15 du Comité de la Réglementation Comptable publié le 30 décembre 2008, relatifs au traitement comptable des plans d'options d'achat ou de souscription d'actions et des plans d'attribution d'actions gratuites aux employés ont été appliqués par LVMH à compter de l'exercice 2008.

1.1 Commentaires sur le bilan

1.1.1 Évolution du portefeuille de titres de participation

La valeur brute du portefeuille de participations s'élève à 12,7 milliards d'euros, en hausse de 1,4 milliard d'euros par rapport à fin 2007. Cette évolution correspond à la souscription par LVMH aux augmentations de capital successives de sa filiale française Sofidiv SAS, le pourcentage de détention du capital de Sofidiv par LVMH restant inchangé après ces opérations, soit 100 %.

1.1.2 Structure financière

Au-delà de son activité de portefeuille, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes ainsi que leurs besoins de financement, et gère le risque de taux sur la dette financière : les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre sont essentiellement le reflet de la variation de ces en-cours ; en particulier, le montant des « créances rattachées à des participations » ou des « emprunts et dettes divers » varient en fonction des besoins de financement des filiales ou excédents de trésorerie dégagés par celles-ci.

LVMH centralise également les couvertures de change de ses filiales françaises, et de certaines filiales européennes, qu'elle répercute de façon symétrique sur le marché ; cette centralisation a des effets sur le montant des pertes et gains de change figurant en compte de résultat, effets qui cependant se compensent.

En 2008, LVMH a procédé à l'émission des emprunts obligataires suivants :

- un emprunt de 160 millions d'euros, émis à 93,986 % du nominal, remboursable en 2012, rémunéré au taux de 3,375 % ;
- un emprunt de 200 millions de francs suisse, émis à 99,898 % du nominal, remboursable en 2011, rémunéré au taux de 3,625 % ;

Ces textes conduisent à étaler le coût des plans, qui était comptabilisé en charges en totalité dès l'exercice de mise en place, sur la période d'acquisition des droits par les bénéficiaires. Les effets de l'application rétrospective de ces textes sur les comptes 2008 sont les suivants :

- les provisions pour charges relatives aux plans existants, comptabilisées au 31 décembre 2007, ont été réduites d'un montant de 17,6 millions d'euros en contrepartie d'une augmentation du report à nouveau ;
- la charge de l'exercice 2008, présentée en « Rémunérations, charges sociales et assimilés », a été majorée de 2,4 millions d'euros.

- un emprunt de 200 millions de francs suisse, émis à 99,84 % du nominal, remboursable en 2015, rémunéré au taux de 4 % ;
- un emprunt de 6 milliards de yen japonais, remboursable en 2009, rémunéré au taux de 1,2 % ;
- un emprunt de 5 milliards de yen japonais, remboursable en 2009, rémunéré au taux Libor BBA 3 mois JPY + 0,25 % ;
- un emprunt de 5 milliards de yen japonais, remboursable en 2011, rémunéré au taux Libor BBA 3 mois JPY + 0,31 % ;
- un emprunt de 15 milliards de yen japonais, remboursable en 2013, rémunéré au taux Libor BBA 3 mois JPY + 0,60 %.

L'ensemble de ces emprunts est remboursable in fine au pair.

En outre, des emprunts obligataires ont été remboursés au pair à leur échéance pour 806 millions d'euros, dont 500 millions d'euros relatifs à un emprunt émis en 2001 et 306 millions d'euros au titre d'un emprunt émis en 2003.

Enfin, l'encours net des billets de trésorerie a augmenté de 425 millions d'euros.

1.1.3 Opérations de couverture

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

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés exceptionnellement des instruments ayant nature de couverture de change en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques.

Enfin, dans le cadre de la centralisation des opérations de couverture de change, LVMH répercute strictement sur le marché les opérations faites avec ses filiales françaises, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance ; il ne résulte donc de cette centralisation aucune position de change pour la Société.

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

1.1.4 Capital social

Au cours de l'exercice, le capital a été réduit de 92 600 actions, nombre équivalent aux actions créées par exercice d'options de souscription. En conséquence, le capital social est resté inchangé à 146,9 millions d'euros.

1.2 Résultats de la société mère et perspectives d'avenir

Les produits d'exploitation sont essentiellement constitués des dividendes reçus des filiales et participations.

Le résultat financier est imputable pour une large part aux opérations effectuées avec les filiales du Groupe, dans le cadre des centralisations de trésorerie ou de couvertures de change, comme décrit précédemment ainsi que dans les annexes aux comptes.

Le résultat exceptionnel est constitué, pour l'essentiel, du produit de 88 millions d'euros constaté à la suite de l'annulation des TDI émis en 1992, de reprises de provisions relatives à des risques non réalisés à hauteur de 43 millions d'euros et des variations nette des dépréciations de titres de participation pour le solde.

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

1.3 Programmes de rachat d'actions

1.3.1 Information sur les programmes de rachat d'actions

La présente section a pour objet d'informer l'Assemblée Générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées, entre le 1^{er} janvier 2008 et le 31 décembre 2008, par la Société dans le cadre des programmes de rachat d'actions ayant été autorisés par les Assemblées Générales Mixtes de la Société tenues respectivement les 10 mai 2007 et 15 mai 2008.

- Dans le cadre du contrat de liquidité conclu par la Société avec les sociétés Oddo & Cie Entreprise d'Investissement et Oddo Corporate Finance le 23 septembre 2005, la Société a acquis 3 580 746 actions LVMH au cours moyen de 65,11 euros et a cédé 3 355 446 actions LVMH au cours moyen de 65,69 euros.

LVMH a par ailleurs acquis directement 729 783 de ses titres en couverture de plans et 820 000 de ses titres en vue de leur annulation.

En outre, la Société a exercé 203 000 calls portant sur ses propres titres.

- Les opérations ci-dessus ont généré un montant de frais de 0,1 million d'euros.

Le tableau ci-dessous récapitule, par finalité, les opérations effectuées, en date de valeur, pendant la période du 1^{er} janvier 2008 au 15 mai 2008 et pendant la période du 16 mai 2008 au 31 décembre 2008 :

(en nombre d'actions)	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société	Échange ou paiement lors d'acquisitions	Annulation	Total
Solde au 31 décembre 2007	130 000	15 293 024	-	-	-	15 423 024
Achats	1 435 468	-	-	-	820 000	2 255 468
Prix moyen (en euros)	71,10				68,30	70,08
Cessions	(1 305 468)	-	-	-	-	(1 305 468)
Prix moyen (en euros)	71,08					71,08
Levées d'options d'achat	-	(111 158)	-	-	-	(111 158)
Prix moyen (en euros)		34,83				34,83
Exercices de calls	-	70 000	-	-	-	70 000
Prix moyen (en euros)		25,92				25,92
Attributions gratuites	-	(154 090)	-	-	-	(154 090)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	-	-	-	-	-
Solde au 15 mai 2008	260 000	15 097 776	-	-	820 000	16 177 776
Achats	2 145 278	729 783	-	-	-	2 875 061
Prix moyen (en euros)	61,10	42,59				56,40
Cessions	(2 049 978)	-	-	-	-	(2 049 978)
Prix moyen (en euros)	62,25					62,25
Levées d'options d'achat	-	(167 068)	-	-	-	(167 068)
Prix moyen (en euros)		35,20				35,2
Exercices de calls	-	133 000	-	-	-	133 000
Prix moyen (en euros)		33,32				33,32
Attributions gratuites	-	-	-	-	-	-
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(92 600)	-	-	-	(92 600)
Solde au 31 décembre 2008	355 300	15 700 891	-	-	820 000	16 876 191

- Pendant cette période, la Société a procédé à l'achat de calls portant sur 1 159 200 actions, soit 0,2 % de son capital, tous acquis entre le 1^{er} janvier et le 15 mai 2008. Au 31 décembre 2008, compte tenu des 203 000 calls exercés au cours de la période, des calls portant sur 2 970 200 actions étaient détenus par la Société, avec pour finalité la couverture de plans d'options sur actions.

- La Société a procédé, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2008, à l'annulation de 92 600 actions détenues en couverture de plans d'options de souscription.

1.3.2 Descriptif des principales caractéristiques du programme de rachat soumis à l'autorisation de l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009 dans le cadre de la onzième résolution

- Titres concernés : actions émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA.

- Part maximale du capital susceptible d'être acheté par la Société : 10 %.

- Nombre maximal d'actions propres pouvant être acquises par la Société : 48 993 741, mais compte tenu de l'auto-détention de 16 876 191 titres et de la détention de 2 970 200 calls au 31 décembre 2008, seules 29 147 350 actions propres sont susceptibles d'être achetées.

- Prix d'achat unitaire maximum : 130 euros.

- Objectifs :

- l'achat et la vente des titres dans le cadre du contrat de liquidité mis en place par la Société ;

- l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions gratuites d'actions ou de toutes autres formes d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, en faveur de salariés ou mandataires sociaux de LVMH ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues à l'article L. 225-180 du Code de commerce ;

- l'annulation des titres achetés ;

- l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société notamment par conversion, présentation d'un bon, remboursement ou échange ;
- l'achat pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.
- Durée du programme : 18 mois à compter de l'Assemblée Générale Ordinaire du 14 mai 2009.

1.3.3 Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1^{er} janvier 2008 au 31 décembre 2008

Le tableau ci-après, établi conformément aux dispositions de l'instruction AMF n° 2005-06 du 22 février 2005 prise en application de l'article 241-2 du Règlement Général AMF, récapitule sous forme synthétique les opérations réalisées par la Société sur ses propres titres du 1^{er} janvier 2008 au 31 décembre 2008.

Nombre de titres détenus en portefeuille au 31 décembre 2007 : 15 423 024

Au 31 décembre 2008 :

Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte :	3,44 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois :	92 600
Nombre de titres détenus en portefeuille :	16 876 191
Valeur comptable du portefeuille :	806 816 000 euros
Valeur de marché du portefeuille :	806 175 644 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 décembre 2008			
	Achats	Ventes/ Transferts	Positions ouvertes à l'achat		Positions ouvertes à la vente	
			Calls achetés	Achats à terme	Calls vendus	Ventes à terme
Nombre de titres	5 333 529	3 880 362	2 970 200	-	-	-
dont :						
• contrat de liquidité	3 580 746	3 355 446				
• achats en couverture de plans	729 783					
• levées d'options d'achat		278 226				
• exercices de calls	203 000					
• attributions gratuites		154 090				
• achats pour annulation	820 000					
• annulations		92 600				
Échéance maximale moyenne			41 mois	-	-	-
Cours moyen de la transaction ⁽¹⁾ (en euros)	62,42	65,69				
Prix d'exercice moyen (en euros)	30,77	35,05	40,85	-	-	-
Montants (en euros)	326 474 032	228 697 629				

(1) Hors actions attribuées gratuitement et annulations.

2. AFFECTATION DU RÉSULTAT

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

<i>(en euros)</i>	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31 décembre 2008	898 985 214,45
Dotation à la réserve légale	-
Report à nouveau	2 802 302 924,79
Montant du résultat distribuable	3 701 288 139,24
Proposition d'affectation :	
- réserve des plus-values à long terme	Néant
- dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 349 061,15
- dividende complémentaire de 1,585 euro par action	776 550 794,85
- report à nouveau	2 917 388 283,24
	3 701 288 139,24

Pour mémoire, au 31 décembre 2008, la Société détient 16 876 milliers de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 806,8 millions d'euros.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 1,60 euro par action. Un acompte sur dividende de 0,35 euro par action ayant été distribué le 2 décembre 2008, le solde est de 1,25 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 25 mai 2009.

Conformément à l'article 158 du Code Général des Impôts, ce dividende ouvre droit, pour les résidents fiscaux français personnes physiques, à la réfaction de 40 %.

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

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

Exercice	Nature	Nombre d'actions composant le capital	Date de mise en paiement	Dividende brut ⁽¹⁾ <i>(en euro)</i>
2007	Acompte	489 937 410	3 décembre 2007	0,35
	Solde	"	23 mai 2008	1,25
	Total			1,60
2006	Acompte	489 937 410	1 ^{er} décembre 2006	0,30
	Solde	"	15 mai 2007	1,10
	Total			1,40
2005	Acompte	489 937 410	2 décembre 2005	0,25
	Solde	"	18 mai 2006	0,90
	Total			1,15

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

3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS

3.1 Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2008, le groupe Arnault contrôlait 47,42 % du capital, comme au 31 décembre 2007, et 63,40 % des droits de vote, contre 63,46 % au 31 décembre 2007.

3.2 Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2008, les membres du Conseil d'Administration et du Comité Exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,1 % du capital social.

3.3 Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2008, les salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce, détenaient, dans le cadre des plans d'épargne d'entreprise, 100 089 actions de la société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

3.4 Plans d'options de souscription ou d'achat d'actions

Dix plans d'options d'achat et cinq plans d'options de souscription mis en place par la société LVMH étaient en vigueur au 31 décembre 2008. Les bénéficiaires des plans d'options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé. Le prix d'exercice des options est égal au cours de référence calculé conformément aux dispositions légales pour les plans ouverts en 2007 et 2008, et à 95 % de ce même cours pour les plans antérieurs à 2007. Chaque plan a une durée de dix ans ; les options d'achat peuvent être exercées après un délai de trois ans à compter de l'ouverture du plan et les options de souscription après un délai de quatre ans.

En outre, le Conseil d'Administration, lors de sa délibération du 14 mai 2001, a mis en place un plan d'options d'achat exceptionnel dénommé « OPAL » d'une durée de huit ans destiné à une grande majorité des salariés du Groupe. Ces options d'achat peuvent être exercées depuis le 14 mai 2005.

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

3.4.1 Plans d'options d'achat

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 8 juin 1995

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾			Prix d'exercice ⁽²⁾ (en euros)	Nombre d'options exercées en 2008 ⁽²⁾	Nombre d'options ⁽²⁾ restant à exercer au 31/12/2008
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
29 janvier 1998 ⁽³⁾	346	269 130	97 500	65 500	25,92	40 280	-
16 mars 1998 ⁽³⁾	4	15 800	-	15 800	31,25	-	-
20 janvier 1999	364	320 059	97 000	99 000	32,10	110 140	91 450
16 septembre 1999	9	44 000	5 000	39 000	54,65	-	150 000
19 janvier 2000	552	376 110	122 500	81 000	80,10	-	1 586 800
Total		1 025 099	322 000	300 300		150 420	1 828 250

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan, non retraité des ajustements liés à l'attribution gratuite de juin 1999 et à la division du nominal par cinq de juillet 2000. Options attribuées aux mandataires sociaux/salariés en fonction à la date d'ouverture du plan.

(2) Ajusté du fait des opérations visées au (1).

(3) Plans expirés respectivement les 28 janvier et 15 mars 2008.

Nombre d'options attribuées aux mandataires sociaux ⁽¹⁾

Date d'ouverture du plan	Bernard Arnault	Antoine Arnault	Delphine Arnault-Gancia	Nicolas Bazire	Antonio Belloni	Pierre Godé	Patrick Houël	Gilles Hennessy
29 janvier 1998 ⁽²⁾	70 000	-	-	-	-	20 000	5 000	1 500
20 janvier 1999	70 000	-	-	-	-	20 000	6 000	1 000
16 septembre 1999	-	-	-	5 000	-	-	-	-
19 janvier 2000	80 000	-	-	6 000	-	20 000	7 000	1 500
Total	220 000	-	-	11 000	-	60 000	18 000	4 000

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan, non retraité des ajustements liés à l'attribution gratuite de juin 1999 et à la division du nominal par cinq de juillet 2000, options attribuées aux mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2008.

(2) Plan expiré le 28 janvier 2008.

• Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 17 mai 2000

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾			Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options exercées en 2008	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2008
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
23 janvier 2001	786	2 649 075	987 500	445 000	65,12	6 250	1 822 665
6 mars 2001	1	40 000	-	40 000	63,53	-	30 000
14 mai 2001	44 669	1 105 877 ⁽²⁾	-	-	66,00	2 775	478 319
14 mai 2001	4	552 500	450 000	102 500	61,77	-	552 500
12 septembre 2001	1	50 000	-	50 000	52,48	-	50 000
22 janvier 2002	993	3 284 100	1 215 000	505 000	43,30 ⁽³⁾	36 018	1 882 944
15 mai 2002	2	8 560	-	8 560	54,83	-	5 560
22 janvier 2003	979	3 213 725	1 220 000	495 000	37,00 ⁽⁴⁾	82 763	1 212 010
Total		10 903 837	3 872 500	1 646 060		127 806	6 033 998

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

(2) 25 options ont été attribuées à chaque bénéficiaire.

(3) Le prix d'exercice est de 45,70 euros pour les résidents italiens et de 43,86 euros pour les résidents américains.

(4) Le prix d'exercice pour les résidents italiens est de 38,73 euros.

Nombre d'options attribuées aux mandataires sociaux ⁽¹⁾

Date d'ouverture du plan	Bernard Arnault	Antoine Arnault	Delphine Arnault-Gancia	Nicolas Bazire	Antonio Belloni	Pierre Godé	Patrick Houël	Gilles Hennessy
23 janvier 2001	600 000	-	-	115 000	-	150 000	35 000	7 500
14 mai 2001	-	-	-	-	-	-	25	25
14 mai 2001	-	-	-	-	300 000	-	-	-
22 janvier 2002	600 000	-	-	200 000	200 000	200 000	40 000	15 000
22 janvier 2003	600 000	-	-	200 000	200 000	200 000	50 000	20 000
Total	1 800 000	-	-	515 000	700 000	550 000	125 025	42 525

(1) Options attribuées aux mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2008.

S'agissant d'options d'achat d'actions existantes, leur levée n'entraîne aucune dilution pour les actionnaires.

3.4.2 Plans d'options de souscription

• Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 15 mai 2003

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾			Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options exercées en 2008	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2008
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
21 janvier 2004	906	2 747 475	972 500	457 500	55,70 ⁽²⁾	92 600	2 561 925
12 mai 2005	495	1 924 400	862 500	342 375	52,82 ⁽²⁾	-	1 878 875
Total		4 671 875	1 835 000	799 875		92 600	4 440 800

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

(2) Les prix d'exercice pour les résidents italiens des plans ouverts les 21 janvier 2004 et 12 mai 2005 sont respectivement de 58,90 euros et 55,83 euros.

Nombre d'options attribuées aux mandataires sociaux⁽¹⁾

Date d'ouverture du plan	Bernard Arnault	Antoine Arnault	Delphine Arnault-Gancia	Nicolas Bazire	Antonio Belloni	Pierre Godé	Patrick Houël	Gilles Hennessy
21 janvier 2004	450 000	-	10 000	150 000	150 000	150 000	42 500	20 000
12 mai 2005	450 000	-	10 000	150 000	150 000	40 000	42 500	20 000
Total	900 000	-	20 000	300 000	300 000	190 000	85 000	40 000

(1) Options attribuées aux mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2008.

• Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 11 mai 2006

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾			Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options exercées en 2008	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2008
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
11 mai 2006	520	1 789 359	852 500	339 875	78,84 ⁽²⁾	-	1 765 609
10 mai 2007	524	1 679 988	805 875	311 544	86,12	-	1 669 731
15 mai 2008	545	1 698 320	766 000	316 138	72,50 ⁽²⁾	-	1 693 520
Total		5 167 667	2 424 375	967 557		-	5 128 860

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

(2) Les prix d'exercice pour les résidents italiens des plans ouverts les 11 mai 2006 et 15 mai 2008 sont respectivement de 82,41 euros et 72,70 euros.

Nombre d'options attribuées aux mandataires sociaux⁽¹⁾

Date d'ouverture du plan	Bernard Arnault	Antoine Arnault	Delphine Arnault-Gancia	Nicolas Bazire	Antonio Belloni	Pierre Godé	Patrick Houël	Gilles Hennessy
11 mai 2006	450 000	-	10 000	150 000	150 000	30 000	42 500	20 000
10 mai 2007	427 500	9 500	9 500	142 500	142 500	15 000	40 375	19 000
15 mai 2008	400 000	9 500	9 500	142 500	142 500	40 000	-	22 000
Total	1 277 500	19 000	29 000	435 000	435 000	85 000	82 875	61 000

(1) Options attribuées aux mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2008.

3.4.3 Options attribuées et levées durant l'exercice par les mandataires sociaux et les dix premiers salariés du Groupe

- Options attribuées durant l'exercice aux dirigeants mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nature des options	Valorisation des options (en euros)	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)	Période d'exercice
Bernard Arnault	LVMH	15 mai 2008	Souscription	8 176 000	400 000	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018
"	Christian Dior	15 mai 2008	Achat	4 340 000	200 000	73,24	15 mai 2012 - 14 mai 2018
Antonio Belloni	LVMH	15 mai 2008	Souscription	2 912 700	142 500	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018

En application de la délibération du Conseil d'Administration du 15 mai 2008, le Président-Directeur Général et le Directeur Général délégué, lors de l'exercice de leurs options, devront conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions un nombre d'actions déterminé en fonction de la date de la levée et correspondant à un pourcentage de leur rémunération brute globale.

- Options attribuées durant l'exercice aux autres mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)	Période d'exercice
Antoine Arnault	LVMH	15 mai 2008	9 500	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018
Delphine Arnault-Gancia	LVMH	15 mai 2008	9 500	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018
"	Christian Dior	15 mai 2008	25 000	73,24	15 mai 2012 - 14 mai 2018
Nicolas Bazire	LVMH	15 mai 2008	142 500	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018
Pierre Godé	LVMH	15 mai 2008	40 000	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018
Gilles Hennessy	LVMH	15 mai 2008	22 000	72,50	15 mai 2012 - 14 mai 2018

- Options levées durant l'exercice par les dirigeants mandataires sociaux de la Société : les dirigeants mandataires sociaux n'ont levé aucune option durant l'exercice.

- Options levées durant l'exercice par les autres mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)
Gilles Hennessy	LVMH	20 janvier 1999	5 500	32,10
Patrick Houël	LVMH	22 janvier 2002	4 000	43,30
"	LVMH	22 janvier 2003	4 500	37,00

- Options attribuées durant l'exercice aux dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux, dont le nombre d'options est le plus élevé

Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	15 mai 2008	296 138	72,50
"	15 mai 2008	30 000	72,70

- Options levées durant l'exercice par les dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux, ayant exercé le plus grand nombre d'options

Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	29 janvier 1998	5 500	25,92
"	20 janvier 1999	55 620	32,10
"	22 janvier 2002	1 500	43,30
"	22 janvier 2003	51 208	37,00
"	21 janvier 2004	26 000	55,70

3.5 Attribution d'actions gratuites

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

Les actions sont attribuées définitivement après un délai de deux ans et sont librement cessibles après un délai de quatre ans à compter de la date d'attribution initiale.

Date d'attribution des actions	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'actions attribuées			Attribution définitive	Solde au 31/12/2008
		Attribution initiale	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés		
Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 12 mai 2005						
12 mai 2005	333	97 817	-	23 325	93 059	-
11 mai 2006	347	164 306	-	30 575	154 090	-
10 mai 2007	348	152 076	-	34 805	-	148 487
Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 15 mai 2008						
15 mai 2008	347	162 972	-	32 415	-	162 972

- Actions attribuées durant l'exercice aux dirigeants mandataires sociaux et autres mandataires sociaux : les dirigeants mandataires sociaux et autres mandataires sociaux ne bénéficient d'aucune action gratuite.
- Actions attribuées définitivement durant l'exercice aux dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux, ayant reçu le plus grand nombre d'actions :

Société ayant attribué les actions gratuites	Date d'attribution initiale des actions	Nombre d'actions
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	11 mai 2006	28 550

3.6 Mouvements au cours de l'exercice

Plans d'options d'achat

(en nombre d'options)	2008	2007	2006
Options en vigueur au 1^{er} janvier	8 253 029	12 635 926	14 927 777
Options attribuées	-	-	-
Options levées	(278 226)	(3 838 102)	(2 242 958)
Options caduques	(112 555)	(544 795)	(48 893)
Options en vigueur au 31 décembre	7 862 248	8 253 029	12 635 926

Plans d'options de souscription

(en nombre d'options)	2008	2007	2006
Options en vigueur au 1^{er} janvier	8 015 393	6 426 534	4 637 175
Options attribuées	1 698 320	1 679 988	1 789 359
Options levées	(92 600)	-	-
Options caduques	(51 453)	(91 129)	-
Options en vigueur au 31 décembre	9 569 660	8 015 393	6 426 534

Attribution d'actions gratuites

(en nombre d'actions)	2008	2007	2006
Attributions provisoires au 1^{er} janvier	311 504	261 448	97 817
Attributions provisoires	162 972	152 076	164 306
Attributions définitives	(154 090)	(93 059)	-
Attributions caduques	(8 927)	(8 961)	(675)
Attributions provisoires au 31 décembre	311 459	311 504	261 448

3.7 Plans d'options mis en place par les filiales

Néant.

4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

4.1 État des délégations et autorisations en cours

• Programme de rachat d'actions

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Utilisation
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 130 euros	15 mai 2008 (10 ^e résol.)	14 novembre 2009 (18 mois) ⁽¹⁾	10 % du capital 48 993 741 actions	Mouvements de l'exercice ⁽²⁾ Achat : 862 783 Vente : 0
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	15 mai 2008 (11 ^e résol.)	14 novembre 2009 (18 mois) ⁽¹⁾	10 % du capital par période de 24 mois 48 993 741 actions	Actions annulées en 2008 : 92 600 ⁽³⁾

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009 de renouveler cette autorisation. Voir ci-dessous point 4.2.

(2) Hors contrat de liquidité. Pour les achats, y compris les exercices de calls. Voir également ci-dessus point 1.3.

(3) 92 600 actions ayant été créées en 2008 lors de l'exercice d'options de souscription d'actions, le capital est inchangé au 31 décembre 2008.

• Autorisation d'augmenter le capital

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation
Augmentation de capital avec droit préférentiel de souscription (actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital et incorporation de réserves)	10 mai 2007 (15 ^e résol.)	9 juillet 2009 (26 mois) ⁽¹⁾	30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Libre	Néant
Augmentation de capital sans droit préférentiel de souscription (actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital)	10 mai 2007 (16 ^e résol.)	9 juillet 2009 (26 mois) ⁽¹⁾	30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Selon réglementation en vigueur	Néant
Augmentation de capital dans le cadre d'opérations complexes :	10 mai 2007 (17 ^e résol.)	9 juillet 2009 (26 mois) ⁽¹⁾			
- offre publique d'échange			30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Libre	Néant
- apport en nature			10 % du capital 48 993 741 actions ⁽²⁾	Libre	Néant
Augmentation de capital réservée à des catégories de personnes (établissements de crédit ou sociétés régies par le Code des assurances)	15 mai 2008 (13 ^e résol.)	14 novembre 2009 (18 mois)	30 millions d'euros 100 000 000 actions ^{(2) (3)}	Moyenne pondérée des cours des 3 dernières séances de bourse précédant sa fixation – décote maximum : 5 %	Néant

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009 de renouveler cette autorisation. Voir ci-dessous point 4.2.

(2) Montant nominal maximum. Sur ce montant s'imputerait le montant nominal de toute augmentation de capital décidée en application des autres délégations de compétence ou des émissions réservées aux salariés mentionnées ci-dessous.

(3) Montant susceptible d'être augmenté dans la limite de 15 % de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires (Assemblées du 10 mai 2007, 19^e résolution et du 15 mai 2008, 14^e résolution).

• Actionnariat salarié

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'exercice	Utilisation au 31 décembre 2008
Options de souscription ou d'achat d'actions	11 mai 2006 (15 ^e résol.)	10 juillet 2009 (38 mois) ⁽¹⁾	3 % du capital 14 698 122 actions	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution	<ul style="list-style-type: none"> attribuées : 5 167 667 attribuables : 9 530 455
Attribution d'actions gratuites	15 mai 2008 (12 ^e résol.)	14 juillet 2011 (38 mois)	1 % du capital 4 899 374 actions ⁽²⁾	Non applicable	<ul style="list-style-type: none"> attribuées : 162 972 attribuables : 4 736 402
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise	15 mai 2008 (15 ^e résol.)	14 juillet 2010 (26 mois) ⁽¹⁾	3 % du capital 14 698 122 actions ⁽²⁾	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 30 %	Néant

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2009 de renouveler cette autorisation. Voir ci-dessous point 4.2.

(2) Ces émissions s'imputeraient sur le montant nominal maximum des augmentations de capital décidées en application des délégations de compétence ci-dessus.

4.2 Autorisations à renouveler

4.2.1 Autorisation d'intervenir en bourse

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008 a autorisé le Conseil d'Administration à mettre en place un programme de rachat d'actions de la Société. Dans le cadre de la présente Assemblée, il vous est demandé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois, la finalité des acquisitions pouvant être, notamment, l'animation du marché (par achat ou vente) dans le cadre d'un contrat de liquidité, l'affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'opérations d'actionnariat salarié ou de toutes autres formes d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, l'affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société, l'annulation, ou encore la conservation et la remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.

Le nombre total d'actions pouvant être acquises par la Société sera limité à 10 % du capital. Le prix maximum d'achat par action sera de 130 euros.

4.2.2 Autorisation de réduire le capital social

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-209 du Code de commerce, l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008 a autorisé le Conseil d'Administration, s'il considère que cela est dans l'intérêt de l'ensemble des actionnaires, à réduire le capital de la Société par annulation des actions qui auront été acquises dans le cadre des programmes de rachat d'actions.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois.

4.2.3 Autorisations d'augmenter le capital social

- L'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 a délégué au Conseil la compétence pour augmenter le capital social, y compris par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital social ou donnant droit à un titre de créance.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de vingt-six mois.

Comme il est d'usage, il vous est demandé d'autoriser le Conseil d'Administration à procéder à des émissions, soit avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, soit avec suppression de ce droit mais en accordant éventuellement un droit de priorité aux actionnaires si les émissions ont lieu sur le marché français.

En cas d'émission sans droit préférentiel de souscription, le prix d'émission des actions devra être au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission.

En cas de souscription excédentaire à une augmentation de capital, le nombre de titres à émettre pourra être augmenté par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

- Il vous est également proposé de renouveler pour une durée de vingt-six mois la délégation de compétence consentie au Conseil d'Administration par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 pour augmenter le capital social par émission d'actions destinées à rémunérer, soit des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange soit, dans la limite de 10 % du capital, des apports en nature constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital.

Le montant nominal maximum pour l'ensemble de ces augmentations de capital ne pourra dépasser un montant global qui est porté de 30 à 50 millions d'euros.

4.2.4 Actionnariat salarié

- L'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 a autorisé l'attribution, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de dirigeants ou membres du personnel du Groupe d'options de souscription ou d'achat d'actions de la Société. Conformément à la loi, il vous a été rendu compte, chaque année, de l'utilisation qui a été faite de cette autorisation.

Nous vous demandons de renouveler cette autorisation pour une période de trente-huit mois.

Votre autorisation permettra au Conseil d'Administration de consentir de nouvelles options de souscription ou d'achat d'actions, le montant total des options nouvelles ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus de 3 % du capital de la Société.

En cas d'attribution d'options de souscription, votre autorisation comporte renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions émises au fur et à mesure des levées d'options.

Le prix de souscription ou d'achat devra se situer dans les limites autorisées par les textes en vigueur au moment de l'attribution des options et ne pourra être inférieur à la moyenne des cours cotés aux vingt séances de bourse précédant le jour de l'ouverture.

En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, le prix d'achat ne pourra être inférieur au cours moyen d'achat des actions à remettre par la Société lors de l'exercice desdites options.

Le délai d'exercice des options devra être en conformité avec les textes en vigueur le jour de l'attribution des options et sera au maximum de dix ans.

Le Conseil d'Administration aura le pouvoir de déterminer, dans les limites fixées par la loi et l'Assemblée, les modalités du ou des plans d'options.

Lors des prochaines Assemblées Générales Ordinaires, le Conseil d'Administration vous tiendra informés du nombre, du prix et des bénéficiaires des options consenties ainsi que du nombre des actions souscrites ou achetées.

- En application de l'article L. 225-129-6 du Code de commerce, il vous est proposé de déléguer au Conseil d'Administration la compétence pour augmenter le capital social au profit des salariés du Groupe adhérents à un plan d'épargne d'entreprise et de supprimer à cet effet votre droit préférentiel de souscription au profit de cette catégorie de personnes.

Le prix d'émission des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L. 3332-19 du Code du travail.

D'une durée de vingt-six mois, cette délégation permettra au Conseil d'Administration, d'augmenter le capital social, en une ou plusieurs fois, dans la limite de 3 % du capital social. Elle se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008.

5. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

5.1 Composition du Conseil d'Administration

Il vous est proposé de :

- renouveler les mandats d'Administrateur de Messieurs Antoine Arnault, Antoine Bernheim, Albert Frère, Pierre Godé et Lord Powell of Bayswater ;
- nommer Monsieur Yves-Thibault de Silguy en qualité d'Administrateur de la Société.

5.2 Liste des mandats et fonctions des Administrateurs

La liste des fonctions et mandats exercés actuellement et au cours des cinq derniers exercices par chacun des Administrateurs figure dans la partie « Organes de direction et de contrôle » du document de référence.

5.3 Modification des statuts

Nous vous proposons de modifier les statuts de la Société pour prendre en compte les nouvelles dispositions de la Loi de Modernisation de l'Économie du 4 août 2008 sur le délai imparti à tout nouvel Administrateur pour acquérir des titres de la Société et sur le maintien du droit de vote double en cas de fusion ou de scission d'une société actionnaire.

5.4 Rémunérations des mandataires sociaux

• Synthèse des rémunérations, des options et actions gratuites attribuées aux dirigeants mandataires sociaux⁽¹⁾

Dirigeants mandataires sociaux (en euros)	Rémunérations dues au titre de l'exercice		Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾		Valorisation des actions gratuites attribuées au cours de l'exercice	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Bernard Arnault	3 879 396	4 002 011	12 516 000	13 799 525	N/A	N/A
Antonio Belloni	5 325 703	5 405 121	2 912 700	3 179 175	N/A	N/A

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

(2) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'Administration au cours de l'exercice figure au paragraphe 3.4.3.

• Récapitulatif des rémunérations de chaque dirigeant mandataire social⁽¹⁾

Bernard Arnault

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2008	2007	2008	2007
Rémunération fixe	1 679 396	1 702 011	1 679 396	1 702 011
Rémunération variable	2 200 000	2 300 000	2 300 000 ⁽²⁾	2 300 000 ⁽²⁾
Rémunération exceptionnelle	N/A	N/A	N/A	N/A
Jetons de présence	119 060	119 060	119 060	119 060
Avantages en nature	Voiture de fonction	N/A	Voiture de fonction	N/A
Total	3 998 456	4 121 071	4 098 456	4 121 071

Antonio Belloni

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2008	2007	2008	2007
Rémunération fixe	3 155 153	3 089 870	3 178 768	3 089 870
Rémunération variable	2 170 550	2 315 251	2 315 251 ⁽²⁾	2 086 590 ⁽²⁾
Rémunération exceptionnelle	N/A	N/A	N/A	N/A
Jetons de présence	87 245	87 245	87 245	87 245
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	5 412 948	5 492 366	5 581 264	5 263 705

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

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

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

Dirigeants mandataires sociaux	Contrat de travail		Régime de retraite supplémentaire ⁽¹⁾		Indemnités ou avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la cessation ou du changement de fonctions		Indemnités relatives à une clause de non-concurrence	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
Bernard Arnault Président-Directeur Général		X	X			X		X
Antonio Belloni Directeur Général délégué	X		X			X		X

(1) Ce complément de retraite n'est acquis que si l'intéressé justifie d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité Exécutif du Groupe et fait valoir simultanément ses droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux. Il est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des rémunérations annuelles perçues au cours des trois dernières années civiles précédant l'année du départ à la retraite, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la sécurité sociale. Le complément de retraite annuelle est égal à la différence entre 60 % de la rémunération de référence et la totalité des pensions servies par le régime général de la sécurité sociale et les régimes complémentaires de l'ARRCO et de l'AGIRC.

Montant de l'engagement au 31 décembre 2008 :

– Bernard Arnault : 15 093 225 euros

– Antonio Belloni : 7 314 750 euros

- Récapitulatif des rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des autres mandataires sociaux ⁽¹⁾

Membres du Conseil d'Administration <i>(en euros sauf indication contraire)</i>	Rémunération fixe versée en		Rémunération variable versée en	
	2008	2007	2008	2007
Antoine Arnault ⁽²⁾	162 000	150 000	50 000	20 000
Delphine Arnault-Gancia ⁽²⁾	90 000	90 000	30 000	20 000
Jean Arnault	-	-	-	-
Nicolas Bazire ^{(2) (3) (5)}	1 235 000	1 235 000	2 350 000	2 150 000
Antoine Bernheim	-	-	-	-
Nicholas Clive-Worms	-	-	-	-
Charles de Croisset	-	-	-	-
Diego Della Valle	-	-	-	-
Albert Frère	-	-	-	-
Jacques Friedmann	-	-	-	-
Pierre Godé ^{(2) (3)}	1 155 000	710 878	200 000	-
Gilles Hennessy ^{(2) (3) (5)}	525 000	500 000	381 756	321 653
Patrick Houël ^{(2) (4)}	235 490	632 075	393 106	374 387
Arnaud Lagardère	-	-	-	-
Lord Powell of Bayswater <i>(en livres sterling)</i>	205 000	205 000	-	-
Felix G. Rohatyn <i>(en dollars US)</i>	300 000	300 000	-	-
Hubert Védrine	-	-	-	-

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

(2) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'Administration au cours de l'exercice figure au paragraphe 3.4.3.

(3) Avantages en nature : voiture de fonction.

(4) Hors indemnité liée au départ en retraite versée en 2008 : 310 474 euros.

(5) Autres avantages : complément de retraite.

- Détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'Administration au cours de l'exercice : ce détail figure au paragraphe 3.4.3. ci-dessus.

• Jetons de présence des dirigeants mandataires sociaux et autres mandataires sociaux⁽¹⁾

Membres du Conseil d'Administration (en euros)	Jetons de présence versés en	
	2008	2007
Bernard Arnault	119 060	119 060
Antoine Arnault	45 000	45 000
Delphine Arnault-Gancia	58 158	58 158
Jean Arnault	54 600	45 000
Nicolas Bazire	55 000	55 000
Antonio Belloni	87 245	87 245
Antoine Bernheim	279 530	500 030
Nicholas Clive-Worms	67 500	67 500
Charles de Croisset	45 000	-
Diego Della Valle	45 000	45 000
Albert Frère	67 500	67 500
Jacques Friedmann	25 000	55 000
Pierre Godé	127 144	131 463
Gilles Hennessy	67 500	67 500
Patrick Houël	77 050	78 453
Arnaud Lagardère	45 000	45 000
Lord Powell of Bayswater	45 000	45 000
Felix G. Rohatyn	45 000	45 000
Hubert Védrine	45 000	45 000

(1) Jetons de présence versés par la Société et les sociétés contrôlées ainsi que par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior.

6. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES AU SENS DE L'ARTICLE R. 621-43-1 DU CODE MONÉTAIRE ET FINANCIER

Administrateur concerné	Nature des opérations	Nombre d'actions	Cours moyen
Société(s) liée(s) à la famille de Bernard Arnault	Achat	75 246	41,25
"	Vente de calls	8 200 000	
"	Opération indexée sur le cours de LVMH	8 200 000	47,07
"	Opération indexée sur le cours de LVMH	11 000 000	65,00
"	Opération indexée sur le cours de LVMH	500 000	69,16
Antoine Arnault	Achat	5 240	71,45
Nicolas Bazire	Vente de calls	150 000	
"	Achat de puts	150 000	
Gilles Hennessy	Achat ⁽¹⁾	5 500	32,10
Patrick Houël	Achat ⁽¹⁾	8 500	39,96
Société(s) liée(s) à Albert Frère	Achat	57 000	67,39

(1) Exercice d'options d'achat ou de souscription d'actions.

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

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

- structure du capital de la Société : la Société est contrôlée par le groupe Arnault qui, au 31 décembre 2008, contrôlait 47,42 % du capital et 63,40 % des droits de vote ;
- émission et rachat d'actions : dans le cadre de différentes résolutions, l'Assemblée Générale a délégué au Conseil d'Administration le pouvoir :

- d'augmenter le capital social, avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription, dans la limite d'un montant nominal global de 30 millions d'euros, soit 20 % du capital actuel de la Société. Il est proposé à l'Assemblée Générale de porter ce montant à 50 millions d'euros, soit 34 % du capital actuel de la Société,
- d'attribuer des options de souscription d'actions dans la limite de 3 % du capital social,
- d'attribuer des actions gratuites à émettre dans la limite de 1 % du capital.

La loi prévoit la suspension en période d'offre publique de toute délégation dont la mise en œuvre est susceptible de faire échouer l'offre.

8. PRISE EN COMPTE DES CONSÉQUENCES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE L'ACTIVITÉ

Les informations relatives aux conséquences sociales et environnementales de l'activité de la Société et de ses filiales figurent dans le « Rapport de gestion du Conseil d'Administration : le groupe LVMH ».

9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes, aucun événement significatif n'est intervenu.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

	<i>Page</i>
BILAN	204
COMPTE DE RÉSULTAT	206
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	207
RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES	208
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	209
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2008	223
FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2008	223
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS	224
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	226

BILAN

ACTIF

(en millions d'euros)	Notes	2008			2007 ⁽¹⁾	2006
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
ACTIF IMMOBILISÉ						
Immobilisations incorporelles						
Frais d'établissement		-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles		-	-	-	-	-
Immobilisations corporelles						
Vignobles et autres terrains	9	32,4	-	32,4	28,0	27,8
Constructions		-	-	-	-	-
Installations techniques, matériels		-	-	-	-	-
Autres immobilisations corporelles		8,6	(0,7)	7,9	7,9	7,9
Avances et acomptes		-	-	-	-	-
Immobilisations financières						
Participations	10	12 733,4	(1 807,4)	10 926,0	9 581,0	8 463,4
Créances rattachées à des participations	11	3 116,8	-	3 116,8	3 909,5	4 109,8
Autres titres immobilisés		-	-	-	14,5	25,6
Prêts		-	-	-	-	0,6
Actions LVMH	13	504,7	-	504,7	378,7	300,4
Autres immobilisations financières		0,2	-	0,2	0,4	0,5
		16 396,1	(1 808,1)	14 588,0	13 920,0	12 936,0
ACTIF CIRCULANT						
Avances et acomptes versés		-	-	-	-	-
Clients		-	-	-	-	-
Autres créances	12	1 063,3	(126,4)	936,9	524,7	534,3
Actions LVMH	13	356,4	(54,3)	302,1	404,5	563,7
Valeurs mobilières de placement		-	-	-	-	-
Disponibilités		113,1	-	113,1	189,3	70,3
COMPTES DE RÉGULARISATION						
Charges constatées d'avance	14	2,9	-	2,9	3,6	1,0
		1 535,7	(180,7)	1 355,0	1 122,1	1 169,3
Charges à répartir sur plusieurs exercices		-	-	-	-	-
Primes de remboursement des obligations		10,0	-	10,0	2,9	3,7
Écarts de conversion actif	15	65,7	-	65,7	0,1	0,3
TOTAL ACTIF		18 007,5	(1 988,8)	16 018,7	15 045,1	14 109,3

(1) Après effet des changements de méthodes comptables (voir Note 2.1).

PASSIF

(en millions d'euros)	Notes	2008	2007 ⁽¹⁾	2006
		Avant affectation	Avant affectation	Avant affectation
CAPITAUX PROPRES				
Capital social (dont versé : 147,0)	16	147,0	147,0	147,0
Primes d'émission, de fusion et d'apport	16	1 737,1	1 736,3	1 736,3
Écarts de réévaluation	17	41,5	41,5	41,5
Réserve légale		14,7	14,7	14,7
Réserves réglementées	17	331,3	331,3	331,3
Autres réserves	17	195,0	195,0	195,0
Report à nouveau		2 802,3	2 759,6	2 394,1
Acompte sur dividendes		(165,6)	(166,1)	(141,7)
Résultat de l'exercice		898,9	783,4	1 027,5
Provisions réglementées		0,1	0,1	0,1
	16	6 002,3	5 842,8	5 745,8
PROVISIONS				
	19			
Provisions pour risques		475,4	378,2	308,9
Provisions pour charges		29,1	44,7	30,3
		504,5	422,9	339,2
AUTRES PASSIFS				
	20			
Titres à Durée Indéterminée (T.D.I.)		-	88,6	546,1
Emprunts obligataires convertibles		-	-	-
Autres emprunts obligataires		2 866,6	3 000,7	3 016,3
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		615,9	372,7	597,6
Emprunts et dettes financières divers		5 479,1	5 016,5	3 526,3
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		84,2	122,8	21,6
Dettes fiscales et sociales		32,7	24,6	89,7
Autres dettes		368,1	121,8	217,4
COMPTES DE RÉGULARISATION				
Produits constatés d'avance		65,3	31,7	9,3
		9 511,9	8 779,4	8 024,3
Écarts de conversion passif		-	-	-
TOTAL PASSIF		16 018,7	15 045,1	14 109,3

(1) Après effet des changements de méthodes comptables (voir Note 2.1).

COMPTES DE RÉSULTAT

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2008	2007	2006
Produits financiers de participations		1 173,1	737,9	945,9
Prestations de services, autres revenus		195,9	179,2	177,1
Produits financiers de participations et autres revenus	3	1 369,0	917,1	1 123,0
Reprises d'amortissements et provisions	19	38,9	16,5	4,0
Autres produits d'exploitation		-	-	0,1
Total des produits d'exploitation		1 407,9	933,6	1 127,1
Autres achats et charges externes		204,6	189,3	184,1
Impôts, taxes et versements assimilés		3,7	3,5	3,2
Rémunérations, charges sociales et assimilés		78,0	44,5	39,8
Dotations aux amortissements		0,2	0,2	0,1
Dotations aux provisions	19	82,9	49,8	27,5
Autres charges		1,1	2,0	1,2
Total des charges d'exploitation		370,5	289,3	255,9
Reprises de provisions et transferts de charges	19	12,0	86,6	-
Intérêts et produits assimilés	4	195,5	206,8	178,3
Différences positives de change	5	2 616,6	1 154,5	795,8
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		5,7	5,7	8,1
Total des produits financiers		2 829,8	1 453,6	982,2
Dotations aux provisions	19	217,9	88,9	106,4
Intérêts et charges assimilées	6	356,7	386,7	272,0
Différences négatives de change	5	2 655,4	1 146,1	797,5
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		14,2	3,1	5,5
Total des charges financières		3 244,2	1 624,8	1 181,4
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		623,0	473,1	672,0
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	7	91,6	454,0	-
Produits exceptionnels sur opérations en capital	7	-	-	2,8
Reprises de provisions et transferts de charges	19	102,1	37,8	507,4
Total des produits exceptionnels		193,7	491,8	510,2
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	7	4,0	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	7	56,2	0,1	0,1
Dotations aux amortissements et provisions	19	105,2	173,4	54,8
Total des charges exceptionnelles		165,4	173,5	54,9
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL		28,3	318,3	455,3
(Produit)/Charge d'impôt sur les bénéfices	8	(247,6)	8,0	99,8
RÉSULTAT NET		898,9	783,4	1 027,5

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
EXPLOITATION			
Résultat net	898,9	783,4	1 027,5
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	63,9	93,7	(493,7)
Variation des autres provisions	191,7	83,8	103,5
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	61,7	(3,0)	(5,0)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	1 216,2	957,9	632,3
Variation des comptes courants intra-Groupe	830,6	1 140,4	(8,3)
Variation des autres créances et dettes	(263,5)	(29,2)	184,3
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	1 783,3	2 069,1	808,3
INVESTISSEMENT			
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(4,5)	-	(2,0)
Acquisition de titres de participation	(0,1)	-	-
Cession de titres de participation et opérations assimilées	3,0	-	-
Souscription aux augmentations de capital de filiales	(1 450,0)	(1 200,0)	(6,0)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(1 451,6)	(1 200,0)	(8,0)
FINANCEMENT			
Augmentation de capital	0,8	-	-
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	(86,2)	83,4	53,0
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(757,6)	(686,4)	(566,0)
Émission ou souscription de dettes financières	1 328,1	690,2	359,0
Remboursement de dettes financières	(893,0)	(837,3)	(1 083,0)
(Acquisition)/Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(407,9)	(750,1)	(1 237,0)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	(76,2)	119,0	(436,7)
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	189,3	70,3	507,2
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	113,1	189,3	70,3

RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)	2004	2005	2006	2007	2008
1. Capital					
• Montant du capital	147,0	147,0	147,0	147,0	147,0
• Nombre d'actions ordinaires existantes	489 937 410	489 937 410	489 937 410	489 937 410	489 937 410
• Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	2 747 475	4 637 175	6 426 534	8 015 393	9 569 660
2. Opérations et résultats de l'exercice					
• Produits financiers de participations et autres revenus	960,8	817,7	1 123,0	917,1	1 369,0
• Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	641,1	467,1	804,7	962,8	904,5
• (Produit)/Charge d'impôts sur les bénéfices ⁽¹⁾	-	-	-	-	-
• Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) ⁽²⁾	1 011,1	1 447,5	1 027,5	783,4	898,9
• Résultat distribué ⁽³⁾	465,4	563,4	685,9	783,9	783,9
3. Résultats par action					
• Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	1,87	1,23	1,44	1,95	1,64
• Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) ⁽²⁾	2,06	2,95	2,10	1,60	1,83
• Dividende net distribué à chaque action ⁽⁴⁾	0,95	1,15	1,40	1,60	1,60
4. Personnel					
• Effectif moyen (en nombre)	33	27	24	25	26
• Montant de la masse salariale	28,5	35,9	31,0	33,8	59,8
• Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	8,6	10,7	9,0	10,7	18,2

(1) Hors effets de la convention d'intégration fiscale.

(2) Après effets de la convention d'intégration fiscale.

(3) Montant de la distribution résultant de la résolution de l'Assemblée Générale, avant effets des actions LVMH auto-détenues à la date de la distribution.

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

ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

1. ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ

La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA (« LVMH », « la Société ») assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales, et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance qui leur sont facturées, en particulier en matière juridique, financière, fiscale, ou dans le domaine des assurances.

Hormis les activités de portefeuille liées à son statut de société holding, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises ainsi que les besoins de financement de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes, et assure la gestion du risque de taux sur la dette financière.

LVMH centralise également les couvertures de change de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes ; les contrats de change souscrits par celles-ci avec LVMH sont répercutés de façon symétrique sur le marché, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance.

Les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre, ainsi que le montant des pertes et gains de change apparaissant dans le compte de résultat, sont essentiellement le reflet de ces opérations.

2. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

2.1 Cadre général ; changement de méthodes comptables

- Le bilan et le compte de résultat de LVMH sont établis conformément aux dispositions légales françaises, en particulier le règlement 99-03 du Comité de la Réglementation Comptable.

Cependant, compte tenu de l'activité exclusivement financière et foncière de la Société, et pour une meilleure présentation de son compte de résultat, les dividendes perçus des filiales et participations sont classés en produits d'exploitation, ainsi que les quotes-parts de résultats bénéficiaires de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés.

- L'avis 08-17 du Conseil National de la Comptabilité du 6 novembre 2008 et le règlement 2008-15 du Comité de la Réglementation Comptable publié le 30 décembre 2008, relatifs au traitement comptable des plans d'options d'achat ou de souscription d'actions et des plans d'attribution d'actions gratuites aux employés ont été appliqués par LVMH à compter de l'exercice 2008.

Ces textes conduisent à étaler le coût des plans, qui était comptabilisé en charges en totalité dès l'exercice de mise en place, sur la période d'acquisition des droits par les bénéficiaires. Les effets de l'application rétrospective de ces textes sur les comptes 2008 sont les suivants :

- les provisions pour charges relatives aux plans existants, comptabilisées au 31 décembre 2007, ont été réduites d'un montant de 17,6 millions d'euros en contrepartie d'une augmentation du report à nouveau ;

- la charge de l'exercice 2008, présentée en « Rémunérations, charges sociales et assimilés », a été majorée de 2,4 millions d'euros.

Le mode de calcul de la charge résultant des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites est décrit en Note 2.6.

2.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont enregistrées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition) ou à leur valeur d'apport, à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont été réévaluées en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.3 Immobilisations financières

Les immobilisations financières hors créances, prêts et dépôts, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais accessoires) ou à leur valeur d'apport.

Lorsque leur valeur d'inventaire à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une dépréciation est enregistrée, du montant de cette différence. S'agissant des participations, leur valeur d'inventaire est déterminée par référence à leur valeur d'utilité ou à leur valeur de cession. La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels de ces entités ; la valeur de cession est calculée à partir de ratios ou cours boursiers d'entreprises similaires, à partir d'évaluations faites par des experts indépendants dans une perspective de cession, ou par référence à des transactions récentes.

Les variations de valeur des dépréciations du portefeuille de titres de participation sont classées en résultat exceptionnel.

Les titres de participation en portefeuille au 31 décembre 1976 ont été réévalués en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.4 Créances

Les créances sont comptabilisées à leur valeur nominale. Lorsque leur valeur d'inventaire, basée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à cette dernière, une dépréciation est enregistrée du montant de la différence.

2.5 Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement, y compris les produits monétaires de capitalisation, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais de transaction) ; lorsque leur valeur de marché à la clôture est inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en résultat financier, du montant de cette différence.

La valeur de marché des valeurs mobilières de placement est déterminée, pour les titres cotés, par référence à la moyenne des cours de bourse du dernier mois de l'exercice, convertie le cas échéant aux taux de change de clôture ; pour les titres non cotés, par référence à leur valeur de réalisation estimée.

Ce calcul s'effectue par ligne de titres, sans compensation entre les plus et moins-values constatées.

En cas de cession partielle d'une ligne de titres, la détermination du résultat de cession s'effectue selon la méthode Premier Entré - Premier Sorti (FIFO).

2.6 Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH ; plans d'options et d'attribution d'actions gratuites

2.6.1 Actions LVMH

Les actions LVMH sont comptabilisées, le jour de leur livraison, à leur prix d'acquisition hors frais de transaction.

Les actions LVMH acquises dans le cadre réglementaire des programmes de rachat ou dans le cadre du contrat de liquidité figurent en valeurs mobilières de placement. Les actions détenues dans la perspective d'une détention de longue durée, en vue d'une annulation ou d'un échange, sont comptabilisées en immobilisations financières.

Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites sont affectées à ces plans.

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH classées en valeurs mobilières de placement, calculée comme défini au 2.5 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence. Aucune dépréciation n'est enregistrée pour les actions classées en titres immobilisés à l'exception de celles destinées à être échangées.

Pour les actions affectées aux plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites, le calcul de la dépréciation précisé ci-dessus s'apprécie plan par plan lorsque les plans correspondants sont présumés exerçables (valeur de marché de l'action supérieure au prix d'exercice de l'option), et par rapport au prix de revient moyen d'ensemble des plans concernés lorsque ceux-ci sont présumés non exerçables (valeur de marché de l'action inférieure au prix d'exercice de l'option).

En cas de cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation selon la méthode premier entré-premier sorti (FIFO), à l'exception des actions détenues dans le cadre des plans d'options, pour lesquels le calcul est effectué plan par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré.

2.6.2 Instruments dénouables en actions LVMH

Dans le cadre des plans d'options d'achat, et comme alternative à la détention d'actions affectées à ces plans, LVMH peut acquérir des instruments dénouables en actions ; ces instruments consistent en options d'achat d'actions LVMH (« calls »), souscrits lors de la mise en place du plan ou postérieurement à cette date. Les primes payées au titre de ces options sont comptabilisées à l'actif du bilan en « Autres créances ». Ces primes donnent lieu le cas échéant à enregistrement d'une provision pour risques et charges ou pour dépréciation, selon les mêmes règles que celles définies ci-dessus pour les actions LVMH affectées aux plans d'options, la valeur de l'action LVMH en portefeuille étant remplacée dans ce cadre par le montant de la prime payée majoré du prix d'exercice de l'option d'achat (« calls »).

2.6.3 Charge relative aux plans d'options et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH

La charge relative aux plans d'options et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH est répartie de manière linéaire sur la période d'acquisition des droits. Elle est comptabilisée au compte de résultat dans la rubrique Rémunérations, charges sociales et assimilés, en contrepartie d'une provision pour charges au bilan.

Cette charge correspond :

- pour les plans d'options d'achat, à la différence entre la valeur en portefeuille, nette de dépréciation, des actions affectées à ces plans, et le prix d'exercice correspondant s'il est supérieur ;
- pour les plans d'attribution d'actions gratuites, à la valeur en portefeuille des actions affectées à ces plans.

Les plans d'options de souscription d'actions ne donnent pas lieu à comptabilisation d'une charge.

2.7 Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participations, ainsi que les quotes-parts de résultats de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés, sont enregistrées lorsque celles-ci sont considérées acquises aux actionnaires ou associés.

2.8 Opérations en devises

Les opérations en devises sont enregistrées aux cours des devises à la date des transactions.

Les dettes et créances en devises sont réévaluées aux cours du 31 décembre, les gains et pertes non réalisés résultant de cette réévaluation étant portés en écart de conversion. Les pertes de change non réalisées au 31 décembre font l'objet de provisions, excepté pour les pertes compensées par des gains potentiels dans une même devise.

Les écarts de change constatés en fin d'exercice sur des disponibilités en devises sont enregistrés dans le compte de résultat.

2.9 Instruments de couverture

Les contrats de change à terme et options de change souscrits par LVMH pour propre compte sont réévalués au cours du 31 décembre ; les gains ou pertes non réalisés résultant de cette réévaluation sont :

- enregistrés en compensation des gains ou pertes de change non réalisés sur les actifs ou passifs couverts par ces instruments ;
- différés si ces instruments ont été affectés à des opérations de l'exercice suivant ;
- pris en résultat de change de l'exercice, pour les pertes latentes uniquement, s'ils n'ont pas été affectés.

Dans le cadre de la centralisation des couvertures de change des filiales (voir Note 1 Activité de la Société), les contrats de change à

terme et options de change en vie à la clôture ne sont pas réévalués aux cours du 31 décembre ; en effet, les contrats avec les filiales étant répercutés sur le marché de façon symétrique, le résultat de change issu de la réévaluation de l'ensemble serait nul.

Les effets des couvertures de taux d'intérêt (« swaps », « future rate agreements », « caps »...) sont calculés prorata temporis sur la durée des contrats, et enregistrés dans la charge d'intérêts de l'exercice.

2.10 Primes d'émission des emprunts

Les primes d'émission des emprunts obligataires sont amorties sur la durée de l'emprunt. Les frais d'émission sont enregistrés en charge lors de l'émission.

3. PRODUITS FINANCIERS DE PARTICIPATIONS ET AUTRES REVENUS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Produits financiers de filiales et participations :			
- dividendes perçus de sociétés françaises	852,7	472,4	671,9
- quote-part de résultats de sociétés françaises « transparentes »	320,4	265,5	274,0
	1 173,1	737,9	945,9
Revenus fonciers	6,7	6,3	6,0
Prestations de services	189,2	172,9	171,0
	1 369,0	917,1	1 123,0

Les revenus fonciers proviennent de la location à des sociétés du Groupe de vignobles champenois dont LVMH a la propriété.

Les prestations de services sont constituées de prestations d'assistance aux filiales (voir 1. Activité de la Société) et de refacturations de frais engagés par LVMH pour compte de ces dernières.

4. INTÉRÊTS ET PRODUITS ASSIMILÉS

Les intérêts et produits assimilés se décomposent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	178,6	187,5	145,8
Revenus de placements et autres produits financiers	16,9	19,3	32,5
	195,5	206,8	178,3

5. RÉSULTAT DE CHANGE

Le résultat de change se décompose de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Charges	Produits
Résultat au titre d'opérations pour compte des filiales ⁽¹⁾	2 577,8	2 577,8
Résultat au titre d'opérations pour compte propre	77,6	38,8
	2 655,4	2 616,6

(1) Voir 1. Activité de la Société.

6. INTÉRÊTS ET CHARGES ASSIMILÉES

L'évolution des intérêts et charges assimilées s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Intérêts sur TDI	-	2,9	16,7
Intérêts sur emprunts obligataires	111,9	124,4	124,4
Intérêts sur emprunts bancaires	17,9	5,8	10,2
Intérêts sur billets de trésorerie	50,9	40,1	16,1
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	152,4	126,3	86,1
Autres intérêts et charges financières	23,6	87,1	18,5
	356,7	386,7	272,0

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

En juin 2008, LVMH a acquis pour un montant symbolique, en vertu d'une option d'achat, les titres à durée indéterminée (TDI) émis en 1992, qui ont été annulés immédiatement après leur acquisition. Le résultat exceptionnel de l'exercice 2008 inclut un profit de 89 millions d'euros du montant non amorti des TDI à cette date.

L'exercice, en février 2007, d'une option d'achat similaire portant sur les TDI émis en 1990 avait conduit à enregistrer un profit exceptionnel de 449 millions d'euros dans les comptes de l'exercice 2007.

Voir également Note 20.1.

Le solde est constitué, pour l'essentiel, de la variation nette des dépréciations des titres de participation.

8. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

8.1 Convention d'intégration fiscale

LVMH est société mère d'un groupe fiscal constitué avec certaines de ses filiales françaises (Art. 223 A et suivants du CGI). La convention d'intégration ne modifie pas, le plus souvent, la charge d'impôt ou le droit au bénéfice des reports déficitaires des filiales concernées ; leur situation fiscale vis-à-vis de LVMH reste en effet identique à celle qui résulterait d'une imposition séparée, tant que ces filiales sont membres de l'intégration. L'économie ou la charge complémentaire d'impôt, du montant de la différence entre la somme de l'impôt comptabilisé par chacune des sociétés intégrées et l'impôt résultant de la détermination du résultat imposable d'ensemble, est enregistrée par LVMH.

Au 31 décembre 2008, le montant des déficits fiscaux des filiales intégrées dont la convention prévoit la restitution par LVMH s'élève à 646 millions d'euros.

8.2 Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les bénéfices se ventile de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Résultat avant impôt	(Charge) / Produit d'impôt	Résultat net
Résultat courant	623,0	(65,2)	557,8
Résultat exceptionnel	28,3	1,4	29,7
Incidence des reports déficitaires	-	63,8	63,8
	651,3	-	651,3
Impôt sur exercices antérieurs	-	17,7	17,7
Incidence de l'intégration fiscale	-	229,9	229,9
	651,3	247,6	898,9

8.3 Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2008 à un montant net débiteur de 10 millions d'euros, dont 0,5 million d'euros au titre de différences temporaires devant se renverser en 2009.

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en millions d'euros)	2008
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2007	35,9
Investissements	4,6
Cessions et mises hors service	-
Variation nette des amortissements	(0,2)
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2008	40,3

10. PARTICIPATIONS

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Valeur brute du portefeuille de participations	12 733,4	11 283,2	10 083,2
Dépréciation	(1 807,4)	(1 702,2)	(1 619,8)
Valeur nette du portefeuille de participations	10 926,0	9 581,0	8 463,4

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

Les méthodes de dépréciation des titres de participation sont décrites en Note 2.3. Dans certains cas, la dépréciation est calculée par référence à la valeur d'utilité de la participation concernée, qui est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels de ces entités. Dans ce cadre, les effets de la crise économique et financière ayant marqué l'exercice 2008 ont été pris en compte de la façon suivante :

la valorisation des flux de trésorerie prévisionnels a été effectuée en retenant pour hypothèse une crise dont les effets seraient limités dans le temps, les paramètres financiers utilisés pour cette valorisation étant toutefois ceux prévalant sur le marché à la date de clôture.

L'évolution de la dépréciation du portefeuille est analysée en Note 19.

11. CRÉANCES RATTACHÉES À DES PARTICIPATIONS

Les créances rattachées à des participations sont constituées d'avances en compte courant ou de prêts à des sociétés apparentées, filiales directes ou indirectes de LVMH. Les avances figurent en

actif immobilisé dans la mesure où elles s'inscrivent dans le cadre de conventions de gestion centralisée de trésorerie d'une durée d'un an, renouvelables par tacite reconduction.

12. AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	2008			2007	2006
	Brut	Dépréciation	Net	Net	Net
Créances sur des entreprises liées	551,6	-	551,6	318,5	342,7
dont : comptes courants d'intégration fiscale	56,7	-	56,7	26,6	24,9
quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir	320,4	-	320,4	265,5	274,0
primes payées sur options de change	147,4	-	147,4	8,8	19,6
Créances sur l'État	129,0	-	129,0	69,1	96,9
Autres créances	382,7	(126,4)	256,3	137,1	94,7
dont : primes payées sur options de change	200,8	-	200,8	99,4	80,8
primes payées sur options d'achat d'actions LVMH	122,0	(122,0)	-	-	-
	1 063,3	(126,4)	936,9	524,7	534,3

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception d'une quote-part des primes payées sur options d'achat d'actions LVMH (Voir Note 13.2 Instruments dérivés sur actions LVMH).

13. ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS

13.1 Actions LVMH

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2008, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2008			2007
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Titres immobilisés	504,7	-	504,7	378,7
Plans d'options d'achat	279,6	(54,3)	225,3	331,4
Plans d'attribution d'actions gratuites	22,9	-	22,9	22,3
Plans futurs	38,1	-	38,1	40,1
Contrat de liquidité	15,8	-	15,8	10,7
Valeurs mobilières de placement	356,4	(54,3)	302,1	404,5

Au cours de l'exercice, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

(en millions d'euros)	Valeurs mobilières de placement							
	Plans d'options d'achat		Autres plans		Contrat de liquidité		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1^{er} janvier	6 239 029	331,5	1 046 407	62,4	130 000	10,7	7 415 436	404,6
Achats	203 000	16,7	729 783	31,1	3 580 746	233,3	4 513 529	281,1
Cessions	-	-	-	-	(3 355 446)	(228,2)	(3 355 446)	(228,2)
Transferts	(1 271 755)	(51,0)	(434 370)	(23,5)	-	-	(1 706 125)	(74,5)
Levées d'options	(278 226)	(17,6)	-	-	-	-	(278 226)	(17,6)
Attribution d'actions	-	-	(154 090)	(9,0)	-	-	(154 090)	(9,0)
Au 31 décembre	4 892 048	279,6	1 187 730	61,0	355 300	15,8	6 435 078	356,4

La moins-value dégagée par les cessions s'est élevée à 8,4 millions d'euros.

(en millions d'euros)

	Titres immobilisés					
	En voie d'annulation		Autres		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1^{er} janvier	-	-	8 007 588	378,7	8 007 588	378,7
Achats	820 000	56,0	-	-	820 000	56,0
Transferts	-	-	1 706 125	74,3	1 706 125	74,3
Annulations	-	-	(92 600)	(4,3)	(92 600)	(4,3)
Au 31 décembre	820 000	56,0	9 621 113	448,7	10 441 113	504,7

Jusqu'à l'exercice 2006, les actions LVMH livrables dans le cadre de plans d'options d'achat étaient détenues par LVMH et affectées à ces plans dès leur mise en place. Depuis l'exercice 2006, ce mode de couverture a été remplacé pour certains plans existants par l'achat d'options d'achat d'actions LVMH (« calls »). Les actions auxquelles les calls se substituent sont réaffectées à la couverture

de plans autres que les plans d'options d'achat : plans d'options de souscription ou plans d'attribution d'actions gratuites, ces réaffectations constituant l'essentiel des « transferts » présentés dans le tableau ci-dessus.

Au 31 décembre 2008, la valeur boursière des actions détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 17 millions d'euros.

13.2 Instruments dérivés sur actions LVMH

Au cours de l'exercice, les seuls instruments dérivés utilisés ont été des options d'achat d'actions LVMH (« calls ») ; les mouvements ont été les suivants :

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur brute
Au 31 décembre 2007	2 014 000	86,1
Achats	1 159 200	46,3
Exercices	(203 000)	(10,4)
Au 31 décembre 2008	2 970 200	122,0

Les calls en vie au 31 décembre 2008 sont exerçables à tout instant selon l'échéancier suivant :

Échéance des calls	Valeur brute
(en millions d'euros)	
au plus tard en 2009	0,7
2012	76,3
2013	45,0
Total	122,0

14. CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE

Les charges constatées d'avance sont constituées essentiellement d'intérêts et charges assimilées.

16. CAPITAL ET PRIMES

16.1 Capital

Le capital est constitué de 489 937 410 actions, entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro.

Toutes les actions composant le capital ont les mêmes droits, à l'exception des actions conservées sous forme nominative depuis plus de 3 ans dont les détenteurs bénéficient d'un droit de vote double. Les actions détenues par LVMH ne bénéficient ni du droit de vote, ni du droit au dividende.

15. ÉCARTS DE CONVERSION

Les écarts de conversion actifs proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2008, des créances clients, dettes fournisseurs et emprunts obligataires en devises.

Au 31 décembre 2008, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	226 413 842	46,21
Actions à droit de vote simple	246 647 377	50,34
	473 061 219	96,56
Actions détenues par LVMH	16 876 191	3,44
Nombre total d'actions	489 937 410	100,00

16.2 Variation des capitaux propres

La variation des capitaux propres au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Autres réserves	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2007 avant affectation	489 937 410	147,0	1 736,3	582,6	2 759,6	(166,1)	783,4	5 842,8
Incidence du changement de méthodes comptables ⁽¹⁾					17,6			17,6
Au 31 décembre 2007 avant affectation et après changement de méthodes comptables	489 937 410	147,0	1 736,3	582,6	2 777,2	(166,1)	783,4	5 860,4
Affectation du résultat 2007					783,4		(783,4)	-
Dividendes 2007					(783,9)	171,5		(612,4)
dont actions auto-détenues					25,6	(5,4)		20,2
Au 31 décembre 2007 après affectation et changement de méthodes comptables	489 937 410	147,0	1 736,3	582,6	2 802,3	-	-	5 268,2
Levées d'options de souscription	92 600	-	5,1					5,1
Annulation d'actions	(92 600)	-	(4,3)					(4,3)
Acompte sur dividendes 2008						(171,5)		(171,5)
dont actions auto-détenues						5,9		5,9
Résultat de l'exercice 2008							898,9	898,9
Au 31 décembre 2008 avant affectation	489 937 410	147,0	1 737,1	582,6	2 802,3	(165,6)	898,9	6 002,3

(1) Voir Note 2.1.

L'affectation du résultat de l'exercice 2007 résulte des résolutions de l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008.

Au cours de l'exercice, le capital a été réduit de 92 600 actions, nombre équivalent aux actions créées par exercice d'options de souscription.

17. RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

17.1 Réserves réglementées

Les Réserves réglementées sont constituées de la Réserve spéciale des plus-values à long terme et des réserves indisponibles de 2,2 millions d'euros résultant de la réduction de capital effectuée concomitamment à la conversion du capital en euros. La Réserve spéciale des plus-values à long terme n'est distribuable qu'après prélèvement fiscal.

17.2 Autres réserves

En raison de la réforme du régime des plus-values à long terme par la Loi de Finances rectificative pour 2004 (article 39) et sur décision de l'Assemblée Générale du 12 mai 2005, un montant de 200 millions d'euros a été transféré en 2005 de la Réserve spéciale des plus-values à long terme à un compte de réserve ordinaire après prélèvement d'une taxe libératoire de 2,5 % soit 5 millions d'euros. Le montant de ces réserves, de 195 millions d'euros, est distribuable en franchise d'impôt.

17.3 Écarts de réévaluation

Les « Écarts de réévaluation » proviennent des opérations réalisées en 1978 dans le cadre de la réévaluation légale de 1976. Ils concernent les immobilisations non amortissables suivantes :

(en millions d'euros)	2008	2007	2006
Vignobles et autres terrains	17,9	17,9	17,9
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23,6	23,6	23,6
Total	41,5	41,5	41,5

18. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

18.1 Caractéristiques des plans

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

Les plans existants ont une durée de 10 ans et les options sont exerçables après une période d'acquisition des droits de trois ou quatre ans, selon que les plans ont été émis antérieurement ou postérieurement à 2004, à l'exception du plan d'achat du 14 mai 2001, portant initialement sur 1 105 877 options, dont la durée est de huit ans et pour lequel les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans.

Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, le délai d'acquisition des droits de trois ou quatre ans ne s'applique pas dans sa totalité.

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

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'attribution d'actions gratuites à leurs bénéficiaires ne devient définitive qu'au terme d'une période d'acquisition des droits de deux ans, au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pour une durée complémentaire de deux ans.

Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En complément des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, la Société met en place des plans équivalents en termes de gains pour le bénéficiaire à des plans d'options d'achat, ou à des plans d'actions gratuites, mais dénouables en numéraire et non en titres. Ces plans ont une durée d'acquisition des droits de quatre ans.

18.2 Évolution des plans d'options et assimilés

Les droits attribués dans le cadre des différents plans portant sur des actions LVMH ont évolué comme suit au cours de l'exercice :

(nombre)	Plans d'options de souscription	Plans d'options d'achat	Attribution d'actions gratuites	Plans dénoués en numéraire
Droits non exercés au 1^{er} janvier 2008	8 015 393	8 253 029	311 504	431 038
Attributions	1 698 320	-	162 972	52 923
Annulations	(51 453)	(112 555)	(8 927)	(12 130)
Options exercées / Attribution définitive d'actions	(92 600)	(278 226)	(154 090)	(1 375)
Droits non exercés au 31 décembre 2008	9 569 660	7 862 248	311 459	470 456

Les plans suivants ont été mis en place le 15 mai 2008 :

- plan d'options de souscription portant sur 1 698 000 titres avec un prix d'exercice moyen de 72,51 euros ;
- plan d'attribution de 162 972 actions gratuites ;
- plan dénoué en numéraire, équivalent à l'attribution de 52 923 actions gratuites.

Pour l'ensemble de ces plans, les conditions d'octroi sont antérieures à l'attribution des droits.

La charge comptabilisée en 2008 au titre des plans d'options et assimilés est de 12,1 millions d'euros. Voir également Notes 2.1 et 19.

La valeur ayant servi d'assiette pour le calcul de la contribution sociale de 10 % au titre des plans d'options et assimilés est de 18,7475 euros par option de souscription et de 71,66 euros par action gratuite.

19. VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 décembre 2007	Changement de principes comptables	31 décembre 2007 modifié	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2008
Dépréciations d'actifs :							
- titres de participation	1 702,2		1 702,2	105,2			1 807,4
- actions LVMH	0,1		0,1	54,3		(0,1)	54,3
- autres actifs	132,1		132,1	57,9	(53,1)	(10,5)	126,4
Provisions pour risques et charges :							
- risques généraux	320,0		320,0		(5,5)	(36,5)	278,0
- plans d'options et assimilés	47,3	(17,6)	29,7	16,8		(22,1)	24,4
- pertes de change latentes	1,6		1,6	111,3		(1,6)	111,3
- autres charges	54,0		54,0	60,6		(23,8)	90,8
Total	2 257,3	(17,6)	2 239,7	406,1	(58,6)	(94,6)	2 492,6
dont : résultat d'exploitation				82,9		(38,9)	
résultat financier				217,9		(12,0)	
résultat exceptionnel				105,3	(58,6)	(43,7)	
				406,1	(58,6)	(94,6)	

Les provisions pour risques généraux correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités de la Société ou de ses filiales ; ces activités sont en effet exercées à un niveau international, dans le contexte d'un cadre réglementaire souvent imprécis, évoluant selon les pays et dans le temps, et s'appliquant à des domaines aussi variés que la composition des produits ou le calcul de l'impôt.

20. ANALYSE DES AUTRES PASSIFS

La répartition des dettes par nature et selon leur échéance, avant affectation du résultat, ainsi que les charges à payer rattachées, sont présentées dans le tableau ci-après :

Dettes (en millions d'euros)	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		à 1 an au plus	de 1 à 5 ans	à plus de 5 ans		
Autres emprunts obligataires	2 866,6	138,0	2 593,9	134,7	34,8	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	615,9	163,9	300,0	152,0	6,7	-
Autres emprunts et dettes financières	5 479,1	5 479,1	-	-	12,9	4 763,3
Dettes financières	8 961,6	5 781,0	2 893,9	286,7	54,4	4 763,3
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	84,2	84,2	-	-	80,1	53,6
Dettes fiscales et sociales	32,7	32,7	-	-	29,4	-
Autres dettes	368,1	368,1	-	-	11,0	211,2
<i>dont primes reçues sur options de change</i>	<i>346,4</i>	<i>346,4</i>				
<i>dont comptes courant intégration fiscale</i>	<i>9,1</i>	<i>9,1</i>				
Total	9 446,6	6 266,0	2 893,9	286,7	174,9	5 028,1

20.1 Titres à Durée Indéterminée (TDI)

En décembre 1990 et février 1992, LVMH a procédé à l'émission, hors de France, de deux emprunts obligataires sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée aux montants nominaux respectifs de 762 et 229 millions d'euros.

Les conventions d'émission comportaient les caractéristiques suivantes :

- remboursement de droit dans les seuls cas de liquidation judiciaire et dissolution anticipée de LVMH, sauf fusion ou scission ;
- paiement du principal subordonné au désintéressement complet des autres créanciers ;
- possibilité de différer le paiement des intérêts si certains ratios financiers ne sont pas atteints.

En 1996, un avenant à la convention d'émission des TSDI 1990 a supprimé les deux dernières clauses ci-dessus, transformant ainsi les TSDI en créances chirographaires ordinaires, et conduisant à leur reclassement en dettes financières comme Titres à Durée Indéterminée (TDI).

Les TSDI émis en 1992 ont été reclassés simultanément par application de la clause « pari passu » de leur convention d'émission.

Ces émissions ont fait l'objet de conventions avec des sociétés tierces qui se sont engagées à conserver ou à racheter les titres aux souscripteurs après quinze ans, et ont renoncé en totalité ou quasi-totalité à la perception des intérêts à compter de cette date, moyennant le versement par LVMH concomitamment à l'émission de montants définitifs de respectivement 170 et 57 millions d'euros.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 592 et 172 millions d'euros ;
- les sommes versées en rémunération du nominal de l'émission sont enregistrées proportionnellement pour partie en frais financiers et pour partie en amortissement du principal.

Les TDI de 1990 et 1992 ne donnent plus lieu à versement d'intérêts depuis le 20 décembre 2005 et le 3 mars 2007, dates respectives du quinzième anniversaire de l'émission de ces titres.

En février 2007 et juin 2008, LVMH a acquis pour un montant symbolique, en vertu d'une option d'achat, les TDI émis respectivement en 1990 et 1992, qui ont été annulés immédiatement après leur acquisition.

Voir également Note 7 Résultat exceptionnel.

20.2 Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont constitués d'émissions publiques et de placements privés, réalisés depuis mai 2000 dans le cadre d'un programme « Euro Medium Term Notes » de 10 milliards d'euros, dont l'en-cours au 31 décembre 2008 atteint 2 866,6 millions d'euros.

(en millions d'euros)	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Prix d'émission (en % du nominal)	Échéance	Nominal au 31 décembre 2008	Intérêts courus après swap	Total
Émissions publiques							
EUR 750 000 000 ; 2003	5,00 %	total	99,986 %	2010	750,0	7,8	757,8
EUR 600 000 000 ; 2004	4,625 %	total	99,427 %	2011	600,0	5,1	605,1
CHF 300 000 000 ; 2007	3,375 %	-	99,840 %	2013	202,0	0,7	202,7
EUR 760 000 000 ; 2005 et 2008 ⁽¹⁾	3,375 %	-	98,598 %	2012	760,0	13,5	773,5
CHF 200 000 000 ; 2008	3,625 %	-	100,048 %	2011	134,7	0,4	135,1
CHF 200 000 000 ; 2008	4,00 %	-	100,090 %	2015	134,7	3,1	137,8
Placements privés							
CZK 770 000 000 ; 2004	variable	-	100 %	2009	24,5	0,1	24,6
CZK 300 000 000 ; 2006	3,575 %	total	100 %	2009	10,6	0,3	10,9
JPY 6 000 000 000 ; 2008	1,20 %	total	100 %	2009	37,3	0,4	37,7
JPY 5 000 000 000 ; 2008	variable	-	100 %	2009	30,8	0,1	30,9
JPY 5 000 000 000 ; 2008	variable	-	100 %	2011	31,1	0,1	31,2
JPY 15 000 000 000 ; 2008	variable	-	100 %	2013	116,1	3,2	119,3
Total					2 831,8	34,8	2 866,6

(1) Montants cumulés et prix d'émission moyen pondéré résultant d'un emprunt de 600 millions d'euros émis en 2005 à un prix d'émission de 99,828 % et d'un abondement de 160 millions d'euros réalisé en 2008 à un prix d'émission de 93,986 %.

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair in fine.

Les swaps de taux mentionnés dans le tableau qui précède ont été conclus à l'émission des emprunts obligataires ; des opérations ultérieures d'optimisation ont pu être réalisées.

Au cours de l'exercice 2008, des emprunts obligataires ont été remboursés pour un montant de 806 millions d'euros et souscrits pour un montant de 645 millions d'euros. En particulier, l'emprunt obligataire d'un montant de 306,1 millions d'euros souscrit en 2003 auprès d'une société en nom collectif dont LVMH était associée a été remboursé en décembre 2008. Corrélativement, la société en nom collectif a été liquidée ; le boni de liquidation, soit 3 millions d'euros correspondant à la différence entre la valeur brute de la participation et la reprise de provision pour charges constituée linéairement sur la durée de l'emprunt, est présenté en résultat exceptionnel.

20.3 Autres emprunts et dettes financières

Les autres emprunts et dettes financières sont constitués de billets de trésorerie et, à hauteur du montant figurant dans le tableau ci-dessus en « entreprises liées », d'avances en compte courant ou de dettes de filiales ou autres sociétés du Groupe ; les avances sont effectuées dans le cadre de la gestion centralisée de trésorerie mentionnée en Note 11.

20.4 Analyse de la dette par devise

Au 31 décembre 2008, la répartition par devise de la dette financière de 8 962 millions d'euros (voir Note 21), en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission, s'analyse de la façon suivante :

	Contre-valeur	
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture
<i>(en millions d'euros)</i>		
Devises		
Euro	3 381	3 311
Franc suisse	518	839
Livre sterling	12	12
Autres devises	289	37
Dettes financières hors Groupe LVMH	4 200	4 199
Entreprises liées		4 763
Total dettes financières		8 962

De façon générale, la composition de la dette en devise a pour objet de couvrir des actifs nets en devises, issus notamment de l'acquisition de sociétés hors zone Euro.

21. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ

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

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés exceptionnellement des instruments ayant nature de couverture de change au plan économique mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques, tels les titres de participation.

Enfin, dans le cadre de la centralisation des opérations de couverture de change, LVMH répercute strictement sur le marché les opérations faites avec ses filiales françaises, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance ; il ne résulte donc de cette centralisation aucune position de change.

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

21.1 Instruments de taux d'intérêt

Les instruments de taux d'intérêt sont, en règle générale, affectés à des dettes financières dont les échéances sont identiques ou supérieures à celles des instruments.

La nature des instruments de couverture en vie au 31 décembre 2008, et leur montant notionnel réparti par échéance s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Montants notionnels figurant en hors-bilan			Valeur de marché ⁽¹⁾
	À échéance 1 an au plus	À échéance de 1 à 5 ans	À échéance plus de 5 ans	
Swaps payeurs de taux fixe	200,0	963,0	-	(12,2)
Swaps payeurs de taux variable	880,0	1 650,0	-	82,8

(1) Gain / (perte).

21.2 Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2008, réévalués aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Montants notionnels		Valeur de marché ⁽¹⁾
	Contrepartie : tiers	Contrepartie : filiales	
Opérations de couverture pour compte des filiales :			
- achats/ventes à terme	998,0	998,0	93,3
- options de change	3 118,0	3 118,0	54,5
Opérations pour compte propre :			
- achats/ventes à terme	-	-	-
- options de change	(144,0)	-	2,4
- swaps cambistes	786,0	-	(25,6)

(1) Gain / (perte).

21.3 Autres instruments

Dans le cadre de la gestion de son portefeuille de placements, la Société a souscrit des contrats d'instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition à des actifs particuliers. La valeur retenue pour ces instruments, qui

ne font pas l'objet de cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de leur valorisation à la date de clôture ; celle-ci a donné lieu au 31 décembre 2008 à dotation aux provisions pour risques financiers d'un montant de 36,8 millions d'euros.

22. AUTRES INFORMATIONS

22.1 Rémunération des dirigeants

La rémunération brute globale des mandataires sociaux et membres du Comité Exécutif de la Société, pour l'exercice 2008, s'élève à 35,8 millions d'euros, dont 1,1 million d'euros au titre de jetons de présence.

Compte tenu de la nature de l'activité de la Société, telle que décrite en Note 1 Activité de la Société, une part importante de ces rémunérations est refacturée aux sociétés du Groupe dans le cadre de prestations d'assistance de gestion.

22.2 Engagements en matière de pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite

Ces engagements donnent lieu soit à constitution de provisions, soit à couverture progressive par contrats d'assurance capitalisation.

L'essentiel de ces engagements concerne les membres du Comité Exécutif qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de leur dernière rémunération.

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements sont les suivantes :

- Taux d'actualisation 5,50 %
- Taux de rendement long terme attendu des placements 4,50 %

Au 31 décembre 2008, l'engagement non comptabilisé, net de couverture par assurance, déterminé selon les mêmes principes que ceux utilisés pour les comptes consolidés du Groupe LVMH, est de 22 millions d'euros.

22.3 Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 2 963 millions d'euros ; ce montant représente les engagements contractuels pris par le Groupe pour l'achat de minoritaires de sociétés consolidées, prises de participation, participations complémentaires dans des sociétés non consolidées, ou pour le paiement de compléments de prix éventuels pour des opérations réalisées. Ce chiffre inclut les effets du Protocole d'Accord intervenu le 20 janvier 1994 entre LVMH et Diageo, par lequel LVMH s'est engagé à acheter à Diageo sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, sous préavis de 6 mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur à la date d'exercice de la promesse.

22.4 Autres engagements en faveur de tiers

(en millions d'euros)	Au 31 décembre 2008
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales ou autres sociétés du groupe	1 879,8
Engagement potentiel au titre des calls sur actions LVMH	121,4

22.5 Autres engagements en faveur de LVMH

(en millions d'euros)	Au 31 décembre 2008
Lignes de crédit à plus d'un an confirmées non tirées	1 750,0
Lignes de crédit à moins d'un an confirmées non tirées	1 647,0
	3 397,0

22.6 Honoraires des Commissaires aux Comptes

(en millions d'euros)	ERNST & YOUNG Audit		DELOITTE & ASSOCIÉS	
	2008	2007	2008	2007
Commissariat aux Comptes	1,6	1,6	0,9	0,9
Diligences directement liées à la mission de Commissariat aux Comptes	0,2	-	-	-
	1,8	1,6	0,9	0,9

22.7 Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SA, 30 avenue Montaigne - 75008 Paris.

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2008

Titres de participation <i>(en millions d'euros)</i>	% de participation directe	Valeur nette comptable
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 019,0
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 13,82 de Moët Hennessy International SA	58,67	74,4
23 743 069 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA	99,95	822,1
68 959 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,98	76,5
508 493 000 actions de valeur nominale EUR 15 de Sofidiv SAS	100,00	8 567,6
1 961 048 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259,2
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon)	100,00	7,6
7 000 parts de valeur nominale EUR 457,35 du GIE LVMH Services	20,00	8,9
37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de Creare (Luxembourg)	32,17	0,6
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6,7
7 414 870 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services Ltd (Grande-Bretagne)	100,00	0,9
2 333 060 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	82,5
Total		10 926,0

Voir également Note 13.1 Actions LVMH.

FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2008

Sociétés	Siège social	Devise	Capital ⁽¹⁾	Capitaux propres autres que le capital ^{(1) (2)}	Quote-part du capital détenu en pourcentage	Valeur comptable des titres détenus ⁽³⁾		Prêts et avances consentis ⁽³⁾	Cautions et avals accordés ⁽³⁾	Chiffres d'affaires hors taxes ⁽¹⁾	Bénéfice net ou perte (-) du dernier exercice ⁽¹⁾	Dividendes encaissés en 2008 ⁽³⁾
						Brute	Nette					
<i>(en millions d'unités monétaires)</i>												
1. Filiales (> 50 %) :												
Moët Hennessy SNC	Boulogne	EUR	428,7	2 391,7	58,67	1 019,0	1 019,0			761,4	546,2	
Moët Hennessy Inter. SA	Boulogne	EUR	151,6	168,6	58,67	74,4	74,4			65,0	67,7	37,8
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35,6	1 440,3	99,95	822,1	822,1		5,7	928,4	643,9	700,4
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2,6	301,5	99,98	76,5	76,5	4,7		958,4	122,2	100,0
Sofidiv SAS	Boulogne	EUR	7 627,4	883,2	100	9 316,4	8 567,6			59,9	(105,0)	
LVMH Finance SA	Boulogne	EUR	35,0	21,5	99,99	1 130,5	82,5			0,0	(84,6)	
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29,4	158,0	99,99	259,2	259,2			240,5	109,0	14,1
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150,0	(32,2)	100	7,6	7,6		335,0	991,6	(39,2)	0,4
LVMH Services LTD	Londres	GBP	3,5	(6,6)	100	11,5	0,9			0,8	(1,0)	
2. Participations (> 10 % et < 50 %)												
GIE LVMH Services	Boulogne	EUR	44,3	(0,1)	20,00	8,9	8,9			2,3	(0,1)	
3. Participations (< 10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5,3	1,9	5,44	6,7	6,7	16,0		115,2	(10,5)	
4. Autres participations												
						1	1					
Total						12 733,4	10 926,0	20,7	340,7			852,7

(1) En devises pour les filiales étrangères.

(2) Avant affectation du résultat de l'exercice.

(3) En millions d'euros.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2008, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes annuels. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société à la fin de cet exercice.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la Note 2.1 de l'annexe qui expose un changement de méthode comptable résultant de l'application du règlement 2008-15 du Comité de la Réglementation Comptable publié le 30 décembre 2008, relatif au traitement comptable des plans d'options d'achat ou de souscription d'actions et des plans d'attribution d'actions gratuites aux employés.

II. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La Note 2.3 de l'annexe aux états financiers expose les règles et les méthodes comptables relatives aux immobilisations financières. Dans le contexte général décrit dans la Note 10 de l'annexe et dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre Société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables précisées ci-dessus et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion, exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur :

- la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels ;
- la sincérité des informations données dans le rapport de gestion relatives aux rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux concernés, ainsi qu'aux engagements consentis en leur faveur à l'occasion de la prise, du changement, de la cessation de fonctions ou postérieurement à celles-ci. Par ailleurs, nous vous signalons que, comme indiqué dans le rapport de gestion, ces informations correspondent aux rémunérations et avantages en nature versés ou supportés par votre Société et les sociétés qu'elle contrôle, ainsi qu'aux rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

ERNST & YOUNG Audit

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS AUTORISÉS AU COURS DE L'EXERCICE

En application de l'article L. 225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions et engagements qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'Administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions et engagements mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de ceux dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article R. 225-31 du Code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions et engagements en vue de leur approbation.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

1. Avec la société Groupe Arnault SAS

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire, Albert Frère et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : Avenant à la convention d'assistance avec la société Groupe Arnault SAS.

Le 5 février 2008, le Conseil d'Administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à la convention d'assistance conclue entre votre Société et la société Groupe Arnault SAS. La modification de cette convention porte sur la rémunération prévue dans ce contrat, fixée à 4 800 000 euros par an (hors taxes) à compter du 1^{er} janvier 2008.

Au titre de cette convention, votre Société a versé 4 800 000 euros à la société Groupe Arnault SAS pour l'exercice 2008.

2. Avec des sociétés affiliées à Groupe Arnault SAS

a. Administrateur concerné : M. Bernard Arnault.

Nature, objet et modalités : Acquisition d'une œuvre d'art.

Le Conseil d'Administration a autorisé l'acquisition d'une œuvre d'art par une filiale de votre Société auprès d'une société affiliée à Groupe Arnault SAS, pour un prix de 15 873 000 euros.

b. Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire, Albert Frère et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : Cession d'un actif immobilier situé à New York.

Le Conseil d'Administration a autorisé la cession par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (« LVMH Inc. »), filiale indirecte de votre Société, à une société affiliée à Groupe Arnault SAS d'un actif immobilier situé à New-York pour un prix de 17 millions de dollars US.

3. Avec la société Christian Dior SA

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : Cautionnement d'un emprunt bancaire.

La convention relative à la souscription par une société en nom collectif, dont votre Société et Christian Dior sont associées, de deux emprunts obligataires émis respectivement par votre Société, pour un montant de 306 millions d'euros, et Christian Dior, s'est terminée en 2008 : les emprunts ont été remboursés, votre Société a versé des intérêts pour un montant de 12 150 305 euros et a perçu un boni de liquidation de la société en nom collectif d'un montant de 2 984 488 euros.

4. Avec la société Christian Dior Couture SA

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Jean Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : Cession de 50 % du capital des Ateliers Horlogers.

Le Conseil d'Administration a autorisé le projet de cession par votre Société à Christian Dior Couture SA de 50 % du capital de la société « Les Ateliers Horlogers LVMH SA » (Suisse). Cette société est licenciée de Christian Dior Couture SA pour la fabrication et la distribution des montres Dior.

La cession s'est réalisée au prix de 9 millions d'euros, le solde du capital détenu par le groupe LVMH faisant l'objet de promesses d'achats et de ventes exerçables en 2011.

5. Avec la société Givenchy SA

Administrateur concerné : M. Antonio Belloni.

Nature, objet et modalités : Abandon de créance par votre société au profit de Givenchy SA.

Le Conseil d'Administration a autorisé l'abandon par votre Société de la créance qu'elle détenait sur sa filiale Givenchy SA, à concurrence d'un montant de 4 millions d'euros en vue d'assainir la situation financière de Givenchy SA et d'assurer la poursuite de ses activités. Cet abandon a été réalisé au cours du mois de décembre 2008.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS APPROUVÉS AU COURS D'EXERCICES ANTÉRIEURS DONT L'EXÉCUTION S'EST POURSUIVIE DURANT L'EXERCICE.

Par ailleurs, en application du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, approuvés au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

1. Répartition des frais de holdings du Groupe LVMH

Nature, objet et modalités

La convention relative à la répartition des frais de holdings du Groupe LVMH, en fonction du chiffre d'affaires de chacune des deux activités « Vins et spiritueux », d'une part, et « Autres activités », d'autre part, conclue le 20 janvier 1994 avec la société Guinness plc (désormais Diageo plc), s'est poursuivie en 2008.

Le montant supporté par les activités « Vins et spiritueux » au cours de l'exercice s'est élevé à 74,3 millions d'euros dont 31,7 millions d'euros portés par la société Moët Hennessy SNC.

2. Convention d'assistance juridique

Nature, objet et modalités

La convention de prestations de services avec la société Christian Dior portant sur une assistance juridique, notamment en matière de droit des sociétés et de gestion du service titres de Christian Dior s'est poursuivie. Au titre de cette convention, votre Société a perçu 45 750 euros hors taxes de rémunération forfaitaire au cours de l'exercice 2008.

3. Financement du régime de retraite complémentaire

Nature, objet et modalités

Le financement du régime de retraite complémentaire, via une compagnie d'assurances, mis en place en 1999 au bénéfice des membres du Comité Exécutif dont certains membres sont également administrateurs, s'est poursuivi au cours de l'exercice 2008.

La charge en résultant pour votre Société au cours de l'exercice 2008 est comprise dans le montant figurant à la Note 30.3 de l'annexe des états financiers consolidés.

4. Cautionnement d'un emprunt bancaire

Nature, objet et modalités

Votre Société et la société LVMH Inc. sont co-emprunteurs dans le cadre d'une convention de crédit de 650 millions de dollars US. Votre Société a consenti une garantie sur la part empruntée par la société LVMH Inc. pour un montant plafonné à 110 % du nominal, à un groupe de banques représentées par Citibank International plc.

Aucune commission de garantie n'a été perçue à ce titre en 2008 par votre Société.

5. Location d'œuvres d'art

Nature, objet et modalités

La location à votre Société par la société Groupe Arnault SAS d'un ensemble d'œuvres d'art s'est poursuivie.

La charge supportée à ce titre par votre Société s'est élevée à 82 292 euros en 2008.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 14 MAI 2009

	<i>Page</i>
1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	230
2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	232
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULLATION D' ACTIONS ACHETÉES	238
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET/OU SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION	239
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'OUVERTURE D' OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D' ACHATS D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DES MEMBRES DU PERSONNEL OU DIRIGEANTS DU GROUPE	241
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L' AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D' UN PLAN D' ÉPARGNE D' ENTREPRISE	242

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 14 MAI 2009

1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

Première résolution : Approbation des comptes sociaux

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance des rapports du Conseil d'Administration, du Président du Conseil d'Administration et des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2008, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui ont été présentés, ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

Deuxième résolution : Approbation des comptes consolidés

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance des rapports du Conseil d'Administration et des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2008, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui ont été présentés, ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

Troisième résolution : Approbation des conventions réglementées visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce, déclare approuver lesdites conventions.

Quatrième résolution : Affectation du résultat – fixation du dividende

L'Assemblée Générale, sur proposition du Conseil d'Administration, décide d'affecter et de répartir le résultat distribuable de l'exercice clos le 31 décembre 2008 de la façon suivante :

	Euros
Résultat comptable de l'exercice clos le 31 décembre 2008	898 985 214,45
Dotations à la réserve légale	-
Report à nouveau	2 802 302 924,79
Montant du résultat distribuable	3 701 288 139,24
Proposition d'affectation :	
- réserve des plus-values à long terme	Néant
- dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 349 061,15
- dividende complémentaire de 1,585 euro par action	776 550 794,85
- report à nouveau	2 917 388 283,24
	3 701 288 139,24

Pour mémoire, au 31 décembre 2008, la Société détient 16 876 milliers de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 806,8 millions d'euros.

Le montant brut du dividende global ressort à 1,60 euro par action. Compte tenu de l'acompte sur dividende de 0,35 euro par action distribué le 2 décembre 2008, le solde s'élève à 1,25 euro. Il sera mis en paiement le 25 mai 2009.

Conformément à l'article 158 du Code général des Impôts, pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France, ce dividende ouvre droit à la réfaction de 40 %.

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

Conformément à la loi, l'Assemblée Générale constate que le montant brut du dividende par action versé au titre des trois derniers exercices s'est élevé à :

Exercice	Nature	Nombre d'actions composant le capital	Date de mise en paiement	Dividende brut (en euros) ⁽¹⁾
2007	Acompte	489 937 410	3 décembre 2007	0,35
	Solde	"	23 mai 2008	1,25
Total				1,60
2006	Acompte	489 937 410	1 ^{er} décembre 2006	0,30
	Solde	"	15 mai 2007	1,10
Total				1,40
2005	Acompte	489 937 410	2 décembre 2005	0,25
	Solde	"	18 mai 2006	0,90
Total				1,15

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

Cinquième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Antoine Arnault

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Antoine Arnault vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2012.

Sixième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Antoine Bernheim

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Antoine Bernheim vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2012.

Septième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Albert Frère

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Albert Frère vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2012.

Huitième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Pierre Godé

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Pierre Godé vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2012.

Neuvième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de Lord Powell of Bayswater

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Lord Powell of Bayswater vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2012.

Dixième résolution : Nomination de M. Yves-Thibault de Silguy en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Yves-Thibault de Silguy en qualité d'Administrateur pour une durée de trois années qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2012.

Onzième résolution : Rachat d'actions

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration, autorise ce dernier à acquérir des actions de la Société conformément aux dispositions des articles L. 225-209 et suivants du Code de commerce. Elle autorise à cet effet la mise en œuvre d'un programme de rachat d'actions.

Les acquisitions d'actions pourront être réalisées en vue, notamment, de (i) l'animation du marché (par achat ou vente), dans le cadre d'un contrat de liquidité mis en place par la Société, (ii) leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions d'actions gratuites ou de toutes autres formes d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, en faveur de salariés ou mandataires sociaux de la Société ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues à l'article L. 225-180 du Code de commerce, (iii) leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société notamment par conversion, présentation d'un bon, remboursement ou échange, (iv) leur annulation ou (v) leur conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.

Le prix maximum d'achat par la Société de ses propres actions est fixé à 130 euros par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution gratuite d'actions ainsi qu'en cas, soit d'une division, soit d'un regroupement des titres, le prix d'achat indiqué ci-dessus sera ajusté par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

Le nombre maximum de titres pouvant être acquis ne pourra dépasser 10 % du capital social, étant précisé que cette limite s'applique à un montant du capital social qui sera, le cas échéant ajusté pour prendre en compte les opérations affectant le capital social postérieurement à la présente Assemblée. Cette limite correspond au 31 décembre 2008 à 48 993 741 actions. Le montant total maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 6,4 milliards d'euros. Les actions pourront être acquises par tous moyens, en bourse ou de gré à gré, y compris par l'utilisation d'instruments financiers dérivés, ainsi que par acquisition de blocs ou à l'occasion d'un échange. Conformément aux dispositions des articles L. 225-209 et suivants du Code de commerce, les titres ainsi acquis pourront être cédés par la Société par tous moyens, notamment par voie de cession de blocs.

En vue d'assurer l'exécution de la présente autorisation, tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'Administration. Le Conseil pourra déléguer lesdits pouvoirs pour passer tous ordres de bourse, conclure tous contrats, signer tous actes, effectuer toutes déclarations, remplir toutes formalités et, d'une manière générale, faire le nécessaire.

Cette autorisation, qui se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Douzième résolution : Réduction du capital social

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes,

1. autorise le Conseil d'Administration à réduire le capital social de la Société, en une ou plusieurs fois, par annulation d'actions acquises conformément aux dispositions de l'article L. 225-209 du Code de commerce ;
2. fixe à 10 % du capital actuel de la Société le montant maximum de la réduction de capital qui peut être réalisée par période de vingt-quatre mois ;
3. confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration pour réaliser et constater les opérations de réduction de capital, accomplir tous actes et formalités à cet effet, modifier les statuts en conséquence et, d'une manière générale, faire le nécessaire ;

4. fixe à dix-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;

5. décide que cette autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008.

Treizième résolution : Augmentation du capital social avec maintien du droit préférentiel de souscription – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-129-2 et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera :

a) soit à l'émission, sur le marché français et/ou international, par offre au public, en euros, ou en tout autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires et/ou de toutes valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces, soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives des créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables,

b) soit à l'incorporation au capital de tout ou partie des bénéfices, réserves ou primes dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible et sous forme d'attribution d'actions ordinaires gratuites ou d'élévation du nominal des actions existantes, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation de compétence ;

3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :

a) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières ci-dessus visée au 1.a) est fixé à cinquante (50) millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 14^e, 16^e et/ou 17^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée, au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement en supplément en cas d'opérations financières nouvelles pour préserver, conformément

à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital,

b) le montant nominal maximum des augmentations de capital visées au 1. b) susceptibles d'être réalisées, est fixé à cinquante (50) millions d'euros, étant précisé, que le montant de ces augmentations de capital s'ajoutera au montant du plafond mentionné au 3.a) ci-dessus ;

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Conseil d'Administration pourra utiliser, dans les conditions prévues par la loi et dans l'ordre qu'il déterminera, l'une ou l'autre des facultés prévues à l'article L. 225-134 du Code de commerce et notamment offrir au public, totalement ou partiellement, les actions et/ou les valeurs mobilières non souscrites ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;

6. prend acte que la présente délégation de compétence emporte tous pouvoirs au profit du Conseil d'Administration, avec faculté de délégation au Directeur Général, ou en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, pour mettre en œuvre, dans les conditions fixées par la loi, la présente délégation, et notamment pour :

- en cas d'incorporation au capital de bénéfices, de réserves ou primes :

- fixer le montant et la nature des réserves à incorporer au capital, fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et/ou le montant dont le nominal des actions existantes composant le capital social sera augmenté, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ou celle à laquelle l'élévation du nominal portera effet,
- décider que les droits formant rompus ne seront pas négociables, que les actions correspondantes seront vendues et que le produit de la vente sera alloué aux titulaires des droits ;

- en cas d'émission d'actions et/ou d'autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance :

- décider le montant à émettre, le prix d'émission ainsi que le montant de la prime qui pourra, le cas échéant, être demandée à l'émission,
- déterminer les dates et modalités de l'émission, la nature, la forme et les caractéristiques des titres à créer qui pourront notamment revêtir la forme de titres subordonnés ou non, à durée déterminée ou non, assortis d'un intérêt à taux fixe et/ou variable, ou encore avec capitalisation et faire l'objet d'un remboursement avec ou sans prime ou d'un amortissement,
- déterminer le mode de libération des actions et/ou des titres émis ou à émettre,

- fixer, s'il y a lieu, les modalités d'exercice des droits attachés aux titres émis ou à émettre et, notamment, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance, ainsi que toutes autres conditions et modalités de réalisation de l'émission,

- fixer les modalités selon lesquelles la Société aura, le cas échéant, la faculté d'acheter ou d'échanger en bourse, à tout moment ou pendant des périodes déterminées, les titres émis ou à émettre en vue de les annuler ou non, compte tenu des dispositions légales,

- prévoir la faculté de suspendre éventuellement l'exercice des droits attachés à ces titres pendant un délai maximum de trois mois,

- à sa seule initiative, imputer les frais des augmentations de capital social sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,

- procéder à tous ajustements requis en conformité avec les dispositions légales et réglementaires, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital,

- constater la réalisation de chaque augmentation de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts ;

- passer toute convention, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés ;

7. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

Quatorzième résolution : Augmentation du capital social avec suppression du droit préférentiel de souscription – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129-2, L. 225-135 et suivants et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, par offre au public ou par une offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et/ou d'autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un

bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;

2. fixe à vingt-six mois, à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :

a) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées directement ou non, à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières visée au 1. ci-dessus est fixé à cinquante (50) millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 13^e, 16^e et/ou 17^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée,

b) au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital,

c) en outre, en cas d'offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier, l'émission de titres de capital sera limitée, en tout état de cause, à 20 % du capital social par an ;

4. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et autres valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution, en laissant toutefois au Conseil d'Administration la faculté de conférer aux actionnaires, pendant un délai et selon les modalités qu'il fixera conformément aux dispositions de l'article L. 225-135 du Code de commerce et pour tout ou partie d'une émission effectuée, une priorité de souscription ne donnant pas lieu à la création de droits négociables et qui devra s'exercer proportionnellement au nombre des actions possédées par chaque actionnaire et pourra être éventuellement complétée par une souscription à titre réductible, étant précisé qu'à la suite de la période de priorité, les titres non souscrits feront l'objet d'un placement public ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital, emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;

6. décide que le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la Société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission ;

7. prend acte que la présente délégation de compétence emporte au profit du Conseil d'Administration avec faculté de délégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la 13^e résolution ;

8. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

Quinzième résolution : Augmentation du montant des émissions en cas de demandes excédentaires - délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, décide que, dans le cadre des émissions qui seraient décidées en application de la délégation conférée au Conseil d'Administration en vertu des 13^e et 14^e résolutions, le nombre de titres à émettre prévu dans l'émission pourra, en cas de demandes excédentaires, être augmenté dans les conditions et limites prévues par les articles L. 225-135-1 et R. 225-118 du Code de commerce dans la limite du plafond prévu aux dites résolutions.

Seizième résolution : Augmentation de capital dans le cadre d'une offre publique d'échange – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-148 et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration, la compétence pour procéder en une ou plusieurs fois, aux époques qu'il appréciera, à l'émission d'actions ou de toutes valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange sur les titres d'une autre société admis aux négociations sur un marché réglementé visé audit article L. 225-148 ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide que le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu de la présente résolution est fixé à cinquante (50) millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 13^e, 14^e et/ou 17^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée,

au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation, le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs à l'effet notamment :

- d'arrêter la liste des titres apportés à l'échange, fixer les conditions de l'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soulte en espèces à verser et déterminer les modalités de l'émission dans le cadre, soit d'une OPE, d'une offre alternative d'achat ou d'échange, soit d'une offre publique proposant l'achat ou l'échange des titres visés contre un règlement en titres et en numéraire, soit d'une offre publique d'achat (OPA) ou d'échange (OPE) à titre principal, assortie d'une OPE ou d'une OPA à titre subsidiaire,
- d'arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance,
- d'imputer, le cas échéant, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes d'apport et prélever sur ce montant la somme nécessaire pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,
- de procéder aux modifications corrélatives des statuts ;

5. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

Dix-septième résolution : Augmentation de capital dans le cadre d'apports en nature – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-147 et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration, les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois aux époques qu'il appréciera, à l'émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération d'apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L. 225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables ;
2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;
3. décide que le nombre total d'actions qui pourront être émises dans le cadre de la présente résolution ne pourra représenter plus de 10 % du capital social de la Société, étant entendu en outre que le montant nominal de toute augmentation de capital réalisée en vertu de la présente résolution sera plafonné à un montant nominal tel que le cumul du montant nominal de cette augmentation de capital et de celles d'ores et déjà réalisées en vertu de la présente résolution ainsi que des 13^e, 14^e et 16^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée, n'excède pas cinquante (50) millions d'euros. Il est précisé que

ne sera pas pris en compte pour la détermination du montant de cinquante (50) millions d'euros susvisé le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation, le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs à l'effet notamment :

- d'approuver sur le rapport du ou des Commissaires aux Apports, l'évaluation de l'apport,
- d'arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance,
- d'imputer, le cas échéant, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes d'apport et prélever sur ce montant la somme nécessaire pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,
- de procéder aux modifications corrélatives des statuts ;

5. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

Dix-huitième résolution : Autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions aux dirigeants et membres du personnel du Groupe

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes,

1. autorise le Conseil d'Administration dans le cadre des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de membres du personnel ou dirigeants de la Société et des sociétés visées à l'article L. 225-180 du Code de commerce, des options donnant droit soit à la souscription d'actions nouvelles de la Société, à émettre à titre d'augmentation de capital, soit à l'achat d'actions existantes provenant de rachats effectués par la Société, notamment, en vue de la régularisation des cours, le montant total des options consenties en application de la présente autorisation ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus de 3 % du capital social de la Société à ce jour ;
2. prend acte que la présente autorisation comporte au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options et sera exécutée dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi et la réglementation en vigueur au jour de l'ouverture des options ;
3. décide que le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le Conseil d'Administration au jour où l'option est consentie dans les limites autorisées par les textes en vigueur à cette date ; ce prix ne pourra être inférieur à la moyenne des cours cotés aux vingt séances de bourse précédant ledit jour. En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, il ne pourra être inférieur au cours

moyen d'achat des actions qui seront remises lors de l'exercice desdites options.

Le prix de souscription ou d'achat des actions sous option ne pourra être modifié sauf dans les cas prévus par la loi, à l'occasion d'opérations financières ou sur titres. Le Conseil d'Administration procédera alors, dans les conditions réglementaires, à un ajustement du nombre et du prix des actions sous option pour tenir compte de l'incidence de ces opérations ;

4. décide que le délai d'exercice des options devra être en conformité avec les textes en vigueur le jour de l'attribution des options et sera au maximum de dix ans ;

5. donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration dans les limites fixées ci-dessus pour :

- arrêter les modalités du ou des plans et fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, ces conditions pouvant comporter des clauses d'interdiction de revente immédiate de tout ou partie des actions, sans que le délai imposé pour la conservation des titres puisse excéder trois ans à compter de la levée d'option,
- en fixer notamment l'époque ou les époques de réalisation,
- arrêter la liste des bénéficiaires des options,
- accomplir, soit par lui-même, soit par mandataire, tous actes et formalités à l'effet de rendre définitives la ou les augmentations de capital qui pourront être réalisées en vertu de l'autorisation faisant l'objet de la présente résolution,
- modifier les statuts en conséquence et, généralement, faire tout ce qui sera nécessaire ;

6. prend acte que le Conseil d'Administration informera chaque année l'Assemblée Générale Ordinaire des opérations réalisées dans le cadre de la présente résolution, en indiquant le nombre et le prix des options consenties et leurs bénéficiaires, ainsi que le nombre d'actions souscrites ou achetées ;

7. fixe à trente-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;

8. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006.

Dix-neuvième résolution : Augmentation de capital au profit des salariés du Groupe – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes et statuant en application des dispositions des articles L. 225-129-2 et L. 225-129-6 du Code de commerce,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans les conditions prévues aux articles L. 3332-18 et suivants du Code du travail, à une

augmentation du capital social en numéraire réservée aux salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées adhérents à un plan d'épargne d'entreprise ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide que le nombre total d'actions qui pourront être souscrites par les salariés en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieur à 3 % du capital social de la Société à ce jour ;

4. décide que le prix de souscription des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L. 3332-19 du Code du travail ;

5. confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration pour mettre en œuvre la présente délégation et, à cet effet :

- fixer les conditions d'ancienneté exigées pour participer à l'opération, dans les limites légales, et le cas échéant, le nombre maximal d'actions pouvant être souscrites par salarié,
- fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et leur date de jouissance,
- fixer, dans les limites légales, le prix d'émission des actions nouvelles ainsi que les délais accordés aux salariés pour l'exercice de leurs droits,
- fixer les délais et modalités de libération des actions nouvelles,
- constater la réalisation de la ou des augmentations de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts,
- procéder à toutes les opérations et formalités rendues nécessaires par la réalisation de la ou des augmentations de capital ;

6. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires au profit des salariés visés ci-dessus ;

7. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008.

Vingtième résolution : Modification des statuts

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration, décide de modifier les statuts pour prendre en compte les nouvelles dispositions légales issues de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008, dite Loi de Modernisation de l'Économie, et modifie en conséquence le point 2 des articles 11 et 23 comme suit :

« Article 11 – Conseil d'Administration

[...]

2. Deuxième alinéa :

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de six mois. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

« Article 23 – Assemblées Générales

[...]

2. Troisième alinéa :

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de trois ans ci-dessus mentionné, tout transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible. Il en est de même en cas de transfert par suite d'une fusion ou d'une scission d'une société actionnaire. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS ACHETÉES

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la Société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton et en exécution de la mission prévue à l'article L. 225-209 alinéa 7 du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre Société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L. 225-209 du Code de commerce. Cette autorisation d'achat est proposée, par ailleurs, à l'approbation de votre Assemblée Générale, dans sa onzième résolution, et serait donnée pour une période de dix-huit mois.

Votre Conseil d'Administration vous demande de lui déléguer, pour une période de dix-huit mois, au titre de la mise en œuvre de l'autorisation d'achat par votre Société de ses propres actions, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, par période de vingt-quatre mois, les actions ainsi achetées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, étant rappelé que celle-ci ne peut être réalisée que dans la mesure où votre Assemblée approuve au préalable l'opération d'achat, par votre Société, de ses propres actions, telle qu'elle vous est proposée dans la onzième résolution de la présente Assemblée Générale.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET/OU SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société et en exécution de la mission prévue par le Code de commerce et notamment les articles L. 225-129-2, L. 225-135, L. 225-136, L. 225-138 et L. 228-92, nous vous présentons notre rapport sur les propositions de délégation au Conseil d'Administration de différentes émissions d'actions et de valeurs mobilières, opérations sur lesquelles vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport:

- de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour décider des opérations suivantes et fixer les conditions définitives de ces émissions et vous propose, le cas échéant, de supprimer votre droit préférentiel de souscription :
 - émission, en une ou plusieurs fois, par offre au public, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec maintien du droit préférentiel de souscription (treizième résolution),
 - émission, en une ou plusieurs fois, par offre au public ou par une offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec suppression du droit préférentiel de souscription (quatorzième résolution) ;
- de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, le pouvoir de fixer les modalités d'une émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange sur les titres d'une autre société admis aux négociations sur un marché réglementé visé à l'article L. 225-148 du Code de commerce (seizième résolution) ;
- de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, le pouvoir de fixer les modalités d'une émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération d'apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital dans la limite de 10 % du capital social (dix-septième résolution).

Le montant nominal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme, à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières, ne pourra excéder 50 millions d'euros, étant précisé que ce plafond global s'applique aux augmentations de capital résultant d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, seizième et/ou dix-septième résolutions soumises à votre approbation lors de la présente Assemblée.

Le nombre de titres à créer dans le cadre de la mise en œuvre des délégations visées aux treizième et quatorzième résolutions pourra être augmenté dans les conditions prévues par les articles L. 225-135-1 et R. 225-118 du Code de commerce et dans la limite du plafond global précisé ci-dessus, si vous adoptez la quinzième résolution.

Il appartient à votre Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles R. 225-113, R. 225-114 et R. 225-117 du Code de commerce. Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant ces opérations, données dans ce rapport.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier le contenu du rapport du Conseil d'Administration relatif à ces opérations et les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions des émissions qui seraient décidées, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre données dans le rapport du Conseil d'Administration au titre de la quatorzième résolution.

Par ailleurs, ce rapport ne précisant pas les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre dans le cadre de la mise en œuvre des treizième, seizième et dix-septième résolutions, nous ne pouvons donner notre avis sur le choix des éléments de calcul du prix d'émission.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles les émissions seront réalisées et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dans la quatorzième résolution.

Conformément à l'article R. 225-116 du Code de commerce, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de ces autorisations par votre Conseil d'Administration en cas d'émissions avec suppression du droit préférentiel de souscription et d'émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital et/ou donnant droit à l'attribution de titres de créance.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

ERNST & YOUNG Audit

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'OUVERTURE D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHATS D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DES MEMBRES DU PERSONNEL OU DIRIGEANTS DU GROUPE

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société, et en exécution de la mission prévue par les articles L. 225-177 et R. 225-144 du Code de commerce, nous avons établi le présent rapport sur l'ouverture d'options de souscription ou d'achat d'actions au bénéfice de membres du personnel ou dirigeants de la Société et des sociétés visées à l'article L. 225-180 du Code de commerce.

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir un rapport sur les motifs de l'ouverture des options de souscription ou d'achat d'actions, ainsi que sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat. Il nous appartient de donner notre avis sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier que les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat sont mentionnées dans le rapport du Conseil d'Administration, qu'elles sont conformes aux dispositions prévues par les textes, de nature à éclairer les actionnaires et qu'elles n'apparaissent pas manifestement inappropriées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités proposées.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société, et en exécution de la mission prévue par les articles L. 225-135 et suivants du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur la proposition de délégation au Conseil d'Administration de la compétence de décider une augmentation de capital par l'émission d'actions ordinaires avec suppression du droit préférentiel de souscription, réservée aux salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées, adhérents à un plan d'épargne d'entreprise, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Cette augmentation de capital est soumise à votre approbation en application des dispositions des articles L. 225-129-6 du Code de commerce et L. 3332-18 et suivants du Code du travail. Le nombre total des actions qui pourront être émises en vertu de cette résolution ne pourra être supérieur à 3 % du capital social de la Société au moment de l'émission.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour décider une ou plusieurs augmentations de capital et de renoncer à votre droit préférentiel de souscription. Le cas échéant, il lui appartiendra de fixer les conditions définitives d'émission de cette opération.

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles R. 225-113 et R. 225-114 du Code de commerce. Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant l'émission, données dans ce rapport.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier le contenu du rapport du Conseil d'Administration relatif à cette opération et les modalités de détermination du prix d'émission.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital qui serait décidée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission données dans le rapport du Conseil d'Administration.

Le montant du prix d'émission n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'augmentation de capital sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite.

Conformément à l'article R. 225-116 du Code de commerce, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de cette autorisation par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 février 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

	<i>Page</i>
1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	244
2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	245
3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	245

DÉCLARATION DU RESPONSABLE ET POLITIQUE D'INFORMATION

1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous attestons, à notre connaissance, que les comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et le rapport de gestion présenté en pages 22 et 184 présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Nous avons obtenu des Commissaires aux Comptes une lettre de fin de travaux dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Les Commissaires aux Comptes ont attiré notre attention, dans leur rapport sur les comptes annuels au titre de l'exercice 2008, sur la Note 2.1 de l'annexe aux états financiers qui expose un changement de méthode comptable résultant de l'application du règlement 2008-15 du Comité de la Réglementation Comptable publié le 30 décembre 2008. Celui-ci est relatif au traitement comptable des plans d'options d'achat ou de souscription d'actions et des plans d'attribution d'actions gratuites aux employés.

Paris, le 17 avril 2009

Par délégation du Président-Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif

2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2007 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 78 à 135 et 136 du document de référence 2007 déposé à l'AMF le 14 avril 2008 sous le numéro D. 08-0244 ;
- les comptes consolidés de l'exercice 2006 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 74 à 126 et 127 du document de référence 2006 déposé à l'AMF le 11 avril 2007 sous le numéro D. 07-347 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2007 et 2006, présentée aux pages 22 à 65 du document de référence 2007 déposé à l'AMF le 14 avril 2008 sous le numéro D. 08-0244 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2006 et 2005, présentée aux pages 22 à 61 du document de référence 2006 déposé à l'AMF le 11 avril 2007 sous le numéro D. 07-347 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2007 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 198 à 216 et 217 du document de référence 2007 déposé à l'AMF le 14 avril 2008 sous le numéro D. 08-0244 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2006 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 188 à 206 et 207 du document de référence 2006 déposé à l'AMF le 11 avril 2007 sous le numéro D. 07-347 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2007, figurant en pages 218 à 219 du document de référence 2007 déposé à l'AMF le 14 avril 2008 sous le numéro D. 08-0244 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2006, figurant en pages 208 à 209 du document de référence 2006 déposé à l'AMF le 11 avril 2007 sous le numéro D. 07-347.

Les parties non incluses des documents de référence 2007 et 2006 sont, soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par le présent document de référence.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA sont inclus dans ce document de référence. Les autres documents juridiques relatifs à la Société peuvent être consultés à son siège social dans les conditions prévues par la loi.

Le document de référence de LVMH déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, ainsi que les communiqués de la Société relatifs aux ventes et aux résultats, les rapports annuels et semestriels, les comptes sociaux et consolidés et l'information relative aux transactions sur actions propres et au nombre total de droits de vote et d'actions peuvent être consultés sur le site Internet de la Société à l'adresse suivante : www.lvmh.fr.

TABLES DE CONCORDANCE

	<i>Page</i>
1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004	248
2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL	250

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004

Rubriques	Page	Rubriques	Page
1 - Personnes responsables	244	12 - Information sur les tendances	65
2 - Contrôleurs légaux des comptes	157	13 - Prévisions ou estimations du bénéfice	N/A
3 - Informations financières sélectionnées		14 - Organes d'administration, de direction et de surveillance et direction générale	
3.1 Informations historiques	2-3 ; 208	14.1 Organes d'administration et de direction	145-156
3.2 Informations intermédiaires	N/A	14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	161
4 - Facteurs de risque	35-40 ; 114-115 ; 117-122	15 - Rémunérations et avantages	137 ; 198-200
5 - Informations concernant la Société		16 - Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
5.1 Histoire et évolution de la Société	1 ; 8-20 ; 176	16.1 Date d'expiration des mandats actuels	146-156
5.2 Investissements	42 ; 123-124 ; 134	16.2 Contrats de service liant les membres des organes d'administration	70-71 ; 198-200
6 - Aperçu des activités	8-20	16.3 Informations sur le Comité d'Audit et le Comité des Rémunérations	69-70 ; 161-163
7- Organigramme		16.4 Gouvernement d'entreprise	68-69 ; 160-161
7.1 Description sommaire	4-5	17 - Salariés	
7.2 Liste des filiales importantes	138-141	17.1 Nombre de salariés	43-44
8 - Propriétés immobilières, usines et équipements	63-65	17.2 Participations et stock options	189-194
9 - Examen de la situation financière et du résultat	22-35 ; 40-41	17.3 Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	178 ; 195
10 - Trésorerie et capitaux		18 - Principaux actionnaires	
10.1 Capitaux de l'émetteur	177-178	18.1 Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	179-180
10.2 Source et montant des flux de trésorerie	40-41	18.2 Existence de droits de vote différents	179
10.3 Conditions d'emprunt et structure financière	38-41 ; 113-115 ; 182 ; 219-220	18.3 Contrôle de l'émetteur	180
10.4 Restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	N/A	18.4 Accord connu de l'émetteur dont la mise en oeuvre pourrait, à une date ultérieure entraîner un changement de son contrôle	179
10.5 Sources de financement attendues	41 ; 108 ; 115		
11 - Recherche et Développement, brevets et licences	16-17 ; 42		

N/A : non applicable.

Rubriques	Page	Rubriques	Page
19 - Opérations avec des apparentés	136-137 ; 226-228	21.1.5. Droits d'acquisition, capital souscrit mais non libéré, engagements d'augmentation de capital	N/A
20 - Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur		21.1.6. Options sur le capital et accords prévoyant de placer le capital sous option	109-111 ; 178 ; 189-195
20.1 Informations financières historiques	79-137 ; 245	21.1.7. Historique du capital social	105 ; 178
20.2 Informations financières pro forma	94	21.2 Acte constitutif et statuts	
20.3 Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	204-223 ; 245	21.2.1. Objet social	164 ; 176
20.4 Vérification des informations historiques annuelles	142 ; 224-225 ; 245	21.2.2. Disposition concernant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	166-169
20.5 Date des dernières informations financières	31 décembre 2008	21.2.3. Droits, privilèges et restrictions sur les actions existantes	165 ; 176
20.6 Informations financières intermédiaires et autres	N/A	21.2.4. Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires	177
20.7 Politique de distribution des dividendes	172 ; 182	21.2.5. Conditions régissant les assemblées générales	169-171 ; 176
20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	65	21.2.6. Disposition pouvant retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle	N/A
20.9 Changement significatif de la situation commerciale ou financière	N/A	21.2.7. Disposition fixant le seuil au-dessus duquel toute participation doit être divulguée	171 ; 177
21 - Informations complémentaires		21.2.8. Conditions régissant les modifications du capital	177
21.1 Capital social		22 - Contrats importants	N/A
21.1.1. Capital souscrit et informations pour chaque catégorie d'actions	105 ; 177 ; 178	23 - Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	N/A
21.1.2. Actions non représentatives du capital	178	24 - Documents accessibles au public	176 ; 245
21.1.3. Actions détenues par l'émetteur ou ses filiales	105 ; 214-215	25 - Informations sur les participations	101
21.1.4. Valeurs mobilières convertibles, échangeable ou assorties de bons de souscription	178		

2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL ⁽¹⁾

Informations	Page
1 – Comptes annuels	204-223
2 – Comptes consolidés	80-137
3 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes annuels	224-225
4 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés	142
5 – Rapport de gestion	
5.1 Analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière, principaux risques et incertitudes, politique de gestion des risques financiers	21-65 ; 184-185
5.2 Tableau récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée Générale des Actionnaires au Conseil d'Administration dans le domaine des augmentations de capital	194-197
5.3 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	201
5.4 Rachats d'actions propres	185-187
5.5 Déclaration des personnes assumant la responsabilité du rapport de gestion	244
6 – Honoraires des Commissaires aux Comptes	157
7- Rapport du Président sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par la société	68-76
8 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur le contrôle interne	77

(1) Conformément aux articles L. 451-1-2 du Code monétaire et financier et 222-3 du Règlement général de l'AMF.

AUTORITÉ
DES MARCHÉS FINANCIERS

AMF

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 17 Avril 2009 conformément à l'article 212-13 du règlement général de l'AMF.

Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des Marchés Financiers.

L V M H

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

Pour toute information,
contacter LVMH, 22 avenue Montaigne - 75008 Paris
Téléphone 01 44 13 22 22 - Télécopie 01 44 13 21 19

www.lvmh.fr et www.lvmh.com