

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

EXERCICE 2007

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

LE GROUPE LVMH	1
HISTORIQUE	1
CHIFFRES CLÉS	2
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2008	4
LES ACTIVITÉS DU GROUPE	7
RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE	21
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE	67
COMPTES CONSOLIDÉS	77
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON SA	137
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	137
GOVERNEMENT D'ENTREPRISE	153
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	169
RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	179
PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS	193
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	197
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 15 MAI 2008	221
DÉCLARATION DU RESPONSABLE ET POLITIQUE D'INFORMATION	231
TABLES DE CONCORDANCE	235

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
	1852	Le Bon Marché
	1854	Louis Vuitton
	1858	Mercier
	1860	TAG Heuer
	1865	Zenith
	1870	La Samaritaine
	1893	Glenmorangie
XX^e siècle	1895	Berluti
	1897	Glen Moray
	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
	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	
1999	Terrazas de los Andes	
XXI^e siècle	2000	e.Luxury
	2001	De Beers
	2003	Cheval des Andes
	2005	10 Cane

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

(en millions d'euros et en pourcentage)	2007	2006	2005
Ventes	16 481	15 306	13 910
Résultat opérationnel courant	3 555	3 172	2 743
Résultat net	2 331	2 160	1 668
Résultat net - part du Groupe	2 025	1 879	1 440
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	4 039	3 504	3 089
Investissements opérationnels	990	771	707
Capitaux propres	12 528	11 594	10 484
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	25 %	29 %	41 %

Données par action

(en euros)	2007	2006	2005
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	4,27	3,98	3,06
Résultat net, part du Groupe après dilution	4,22	3,94	3,04
Dividende par action			
Acompte	0,35	0,30	0,25
Solde	1,25	1,10	0,90
Montant brut global ⁽¹⁾	1,60	1,40	1,15

(1) Pour l'exercice 2007, montant proposé à l'Assemblée Générale Ordinaire du 15 mai 2008.

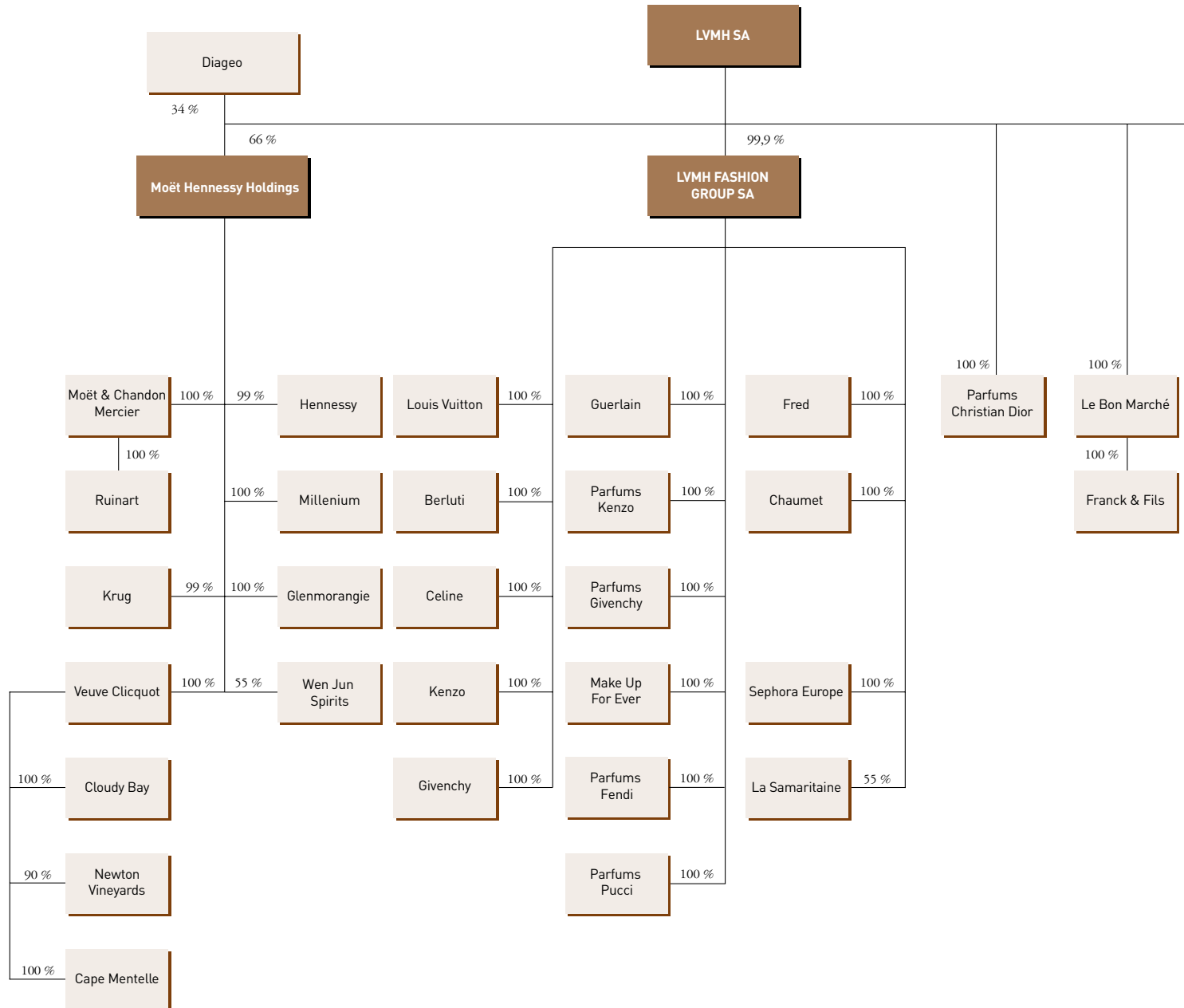
Informations par groupe d'activités

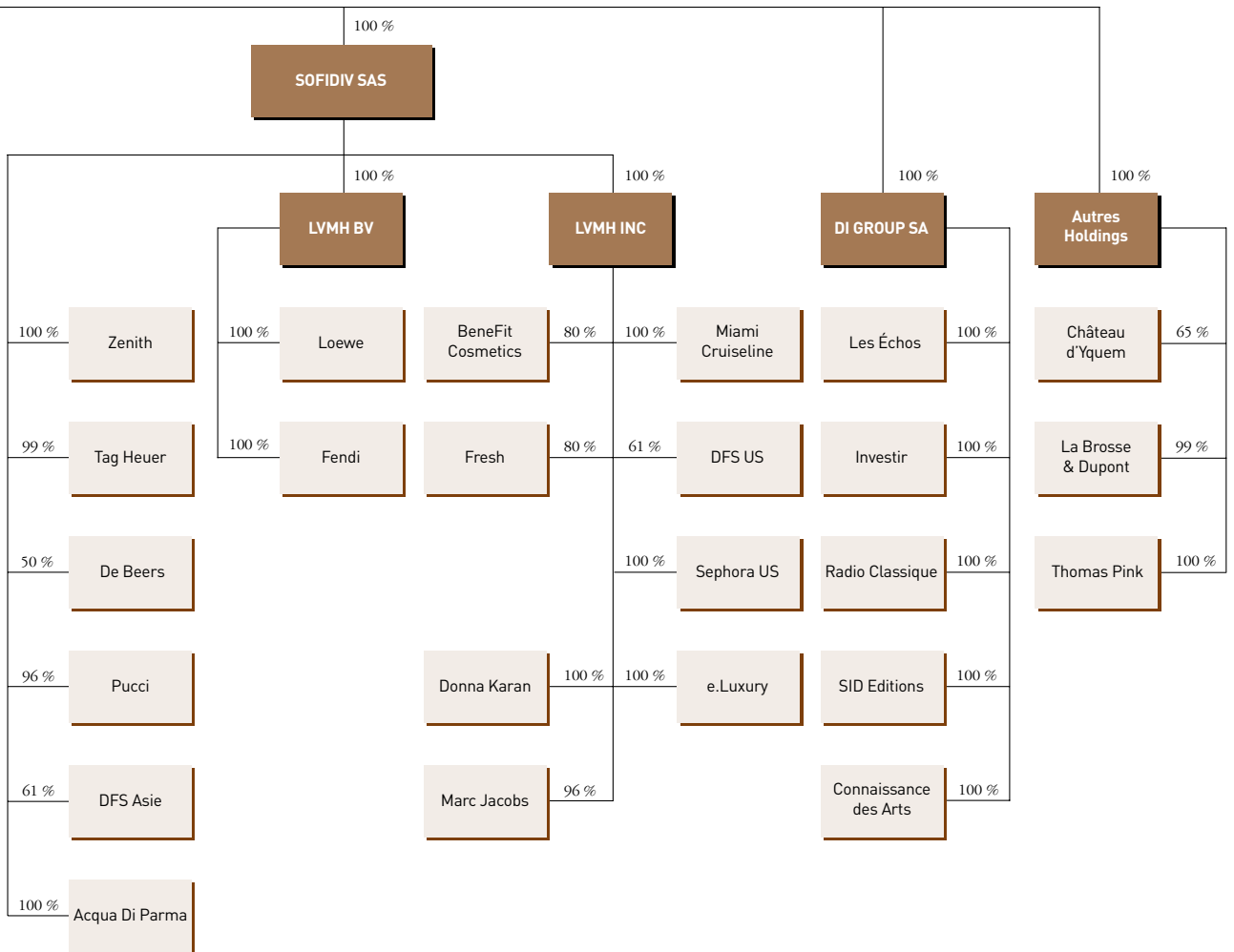
(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	3 226	2 994	2 644
Mode et Maroquinerie	5 628	5 222	4 812
Parfums et Cosmétiques	2 731	2 519	2 285
Montres et Joaillerie	833	737	585
Distribution sélective	4 179	3 891	3 648
Autres activités et éliminations	(116)	(57)	(64)
Total	16 481	15 306	13 910
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	1 058	962	869
Mode et Maroquinerie	1 829	1 633	1 467
Parfums et Cosmétiques	256	222	173
Montres et Joaillerie	141	80	21
Distribution sélective	439	400	347
Autres activités et éliminations	(168)	(125)	(134)
Total	3 555	3 172	2 743

Informations par zone géographique

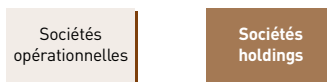
	2007	2006	2005
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	14	15	15
Europe (hors France)	23	22	20
États-Unis	25	26	27
Japon	11	13	14
Asie (hors Japon)	19	17	17
Autres marchés	8	7	7
Total	100	100	100
Ventes par devise (en %)			
Euro	31	30	30
Dollar US	30	32	32
Yen	11	13	15
Dollar Hong Kong	4	3	3
Autres devises	24	22	20
Total	100	100	100
Nombre de magasins			
France	306	288	278
Europe (hors France)	523	456	422
États-Unis	463	394	365
Japon	253	278	262
Asie (hors Japon)	409	363	329
Autres marchés	94	80	67
Total	2 048	1 859	1 723

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2008





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



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	18
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 2007, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 3 226 millions d'euros, soit 19,5 % des ventes totales du Groupe LVMH.

1.1 Champagne et Vins

En 2007, les ventes de l'activité Champagne et Vins se sont élevées à 1 802 millions d'euros (dont 86 % pour le champagne), soit 56 % 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, 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.

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.

1.1.2 Position concurrentielle

En 2007, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 1,7 % tandis que les expéditions de la région Champagne augmentent de 5,3 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 18,6 % du total des expéditions de la région, contre 19,3 % en 2006 (source CIVC).

Les principaux marchés géographiques du Champagne, pour la région et pour LVMH, sur la base des expéditions en nombre de bouteilles, sont les suivants :

	2007			2006			2005		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
Allemagne	12,9	3,2	24,9	12,3	3,3	26,5	12,0	3,0	25,0
Grande-Bretagne	39,0	7,7	19,8	36,8	8,1	21,9	36,8	7,7	21,0
États-Unis	21,7	12,4	57,3	23,2	13,5	58,4	20,7	12,1	58,3
Italie	10,3	4,3	42,0	9,3	4,6	49,3	8,8	4,5	50,8
France	187,8	10,8	5,8	181,0	10,6	5,9	178,1	10,2	5,7

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

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

(en pourcentage)	2007	2006	2005
Allemagne	5	5	5
Grande-Bretagne	12	12	13
États-Unis	20	20	21
Italie	7	8	8
Suisse	2	2	2
Japon	8	7	6
Autres	29	28	26
Total export	83	82	81
France	17	18	19
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. Grâce aux deux dernières vendanges, les marques de champagne du Groupe possèdent aujourd'hui des stocks en volume et en qualité autorisant une croissance mesurée des ventes. Au 31 décembre 2007, ces stocks représentaient environ 225 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 3,5 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 1 671 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 vigneron 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 vigneron 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 2 000 à 2003 et confirmant la volonté de modération dans les fluctuations du prix de raisin, à la hausse ou à la baisse. Un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2004 entre les Maisons et les vigneron de la Champagne, portant sur les 5 vendanges 2 004 à 2008. Cet accord fixe de nouvelles règles ayant pour objectifs de sécuriser le paiement des raisins aux vigneron et de maîtriser la spéculation sur les prix.

Depuis une dizaine d'années, les vigneron 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 2007, 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 caves et utilisée pour compléter une récolte déficitaire. Le niveau maximum de cette réserve bloquée est fixé à 8 000 kg/ha.

La récolte 2007 a permis d'atteindre le plafond commercialisable de 12 400 kg/ha et de compléter les réserves bloquées dans la limite du PLC fixé pour cette récolte à 13 850 kg/ha. Un déblocage de 1 600 kg/ha en 2007 a permis de maintenir nos ratios de stocks. Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2007 s'établit entre 4,40 euros et 5,20 euros suivant les crus, en augmentation de 6 % par rapport à 2006.

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 2007, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 1 424 millions d'euros, soit 44 % 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, et 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**, **Ardbeg** et **Glen Moray**.

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 augmentent de 7 % par rapport à 2006, alors que les expéditions en volume des marques de LVMH augmentent de 11 %. La part de marché du groupe d'activités s'établit ainsi à 42 %, contre 41 % en 2006 (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)

	2007			2006			2005		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
États-Unis	55,6	32,9	59,2	51,5	27,9	54,2	52,2	28,4	55,6
Asie (hors Japon)	36,4	16,3	44,7	31,1	15,8	50,9	25,9	12,4	47,8
Japon	2,7	1,6	60,0	2,9	1,7	59,7	3,4	2,0	59,8
Allemagne	5,2	1,1	21,8	5,4	1,2	22,5	5,3	1,2	22,2
France	4,7	0,3	5,4	4,5	0,3	5,6	5,1	0,3	5,1

(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)	2007	2006	2005
États-Unis	53	52	55
Japon	3	3	3
Asie (hors Japon)	26	22	20
Europe (hors France)	14	12	12
Autres Export	4	11	10
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 185 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 2007, le prix des vins de la récolte a augmenté de 7 % pour les Fins Bois, après une hausse de 2 % en 2006.

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 20 % 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 3 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 2007, 23 % des ventes de champagne et 21 % des ventes 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.

Les produits Veuve Clicquot sont distribués par le réseau de distribution commun avec Moët et Hennessy en France, en Allemagne, en Suisse, en Italie, au Royaume-Uni, en Belgique, en Asie, en Amérique Latine et aux États-Unis, par ses propres filiales au Japon, et par des distributeurs indépendants dans le reste du monde.

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 du 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 989 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 2007, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 5 628 millions d'euros, soit 34 % 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 deux couleurs, ébène et azur depuis 2006 ;
- la ligne *Taïga*, pour homme, proposée en quatre couleurs.

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.

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

Berluti, artisan bottier depuis 1895, 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.

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.

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.

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.

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.

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.

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. Ivana Omazic a rejoint Celine en 2005 en qualité de Directrice Artistique. Le jeune créateur Riccardo Tisci a été nommé début 2005 Directeur Artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy Femme. La Direction Artistique de Loewe est désormais confiée à Stuart Vevers. Antonio Marras est le Directeur Artistique des collections Kenzo Femme. Donna Karan continue de créer les lignes de la Maison qui porte son nom. Matthew Williamson s'est vu confier en 2005 la Direction Artistique des collections de prêt-à-porter et d'accessoires d'Emilio Pucci. 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 989 magasins au 31 décembre 2007, dont 390 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 Celine, 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 2007 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 dans les produits de maquillage professionnel. En fin d'année 2007, deux parfums ont été lancés pour les marques Fendi et Pucci.

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 2007, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 2 731 millions d'euros, soit 16,5 % 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*, créé en 2005 et *Midnight Poison* lancé en 2007. *Eau Sauvage*, *Fabrenbeit*, *Dune pour Homme*, *Higber*, *Dior Homme*, lancé en 2005, et *Fabrenbeit 32*, créé en 2007, constituent les parfumants masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Diorsnow*, *Hydraktion* et *L'Or de Vie*, lancé en France en 2007, pour les produits de soin ; *Dior Addict*, *Diorskin*, *Backstage* et *Rouge Dior* 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* et *L'Instant de Guerlain pour Homme*, lancé en 2004, 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...*) 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*.

BeneFit Cosmetics, créée en 1995 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 et ses dix boutiques de Grande-Bretagne, la marque est actuellement distribuée dans près de 1 200 points de vente aux États-Unis, en Europe, au Moyen-Orient 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 1989, 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, aux États-Unis, 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 **Laflachère**, 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

Plus que dans tout autre domaine, la recherche et l'innovation jouent un rôle majeur dans la stratégie de développement des Parfums et Cosmétiques. Les marques du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques bénéficient aujourd'hui du rassemblement de leurs équipes au sein d'un GIE, LVMH Recherche, issu du regroupement progressif des différentes entités de recherche des marques du groupe d'activités. Près de 250 scientifiques, chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins travaillent ainsi au sein des laboratoires implantés à Saint Jean de Braye 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 produits de toutes les marques du groupe LVMH impliquées dans les parfums ou les cosmétiques.

Ce rassemblement de compétences et cette concentration de moyens offrent de nombreux avantages : ils permettent à LVMH de mener, en liaison avec des partenaires français et étrangers, en particulier des universités européennes, de grands projets de recherche appliquée dont l'ensemble des marques bénéficie. Un réservoir plus important d'innovations techniques susceptibles d'irriguer tous les projets est à la disposition des équipes marketing du groupe d'activités. 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 européennes, américaines et asiatiques de la profession.

Globalement, les investissements de recherche en Parfums et Cosmétiques représentent environ 1,4 % des ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques de LVMH.

En 2007, les équipes ont poursuivi leurs travaux dans les domaines clés de compétence, sensorialité, plaisir, qualité, sécurité et performance des produits, et leurs avancées dans les domaines de la biologie, de la biologie moléculaire et des substances naturelles, notamment dans la recherche de nouveaux actifs végétaux. 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 plus de 60 communications et articles scientifiques sur toutes ces thématiques. Par ailleurs, LVMH Recherche protège régulièrement ses inventions : plus de 18 brevets majeurs ont été déposés en 2007 et un nombre de brevets encore plus important est prévu pour 2008.

Dans le domaine des soins, l'un des sujets majeurs de recherche est l'anti-âge (prévention et correction). Les travaux portent sur deux thèmes principaux. Le premier est la longévité cellulaire et tissulaire (organisation d'un Symposium LVMH Recherche en 2006 sur ce sujet) : ces travaux ont permis de découvrir la présence d'enzymes de réparation appelées Sirtuines, facteurs de longévité cellulaire, dans les tissus cutanés. *Capture Totale* (Parfums Christian Dior) a pu bénéficier de l'ingrédient développé spécifiquement pour activer ces enzymes. Le second est la protection des cellules souches cutanées (organisation d'un Symposium LVMH Recherche 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. *Capture R60/80 XP* (Parfums Christian Dior) a pu bénéficier des travaux réalisés sur ce sujet avec le Professeur Pincelli de l'Université de Modène (Italie). Convaincus de la nécessité de poursuivre des investigations dans ce domaine, sur des sujets qui permettent d'éviter l'utilisation de cellules souches embryonnaires, Parfums Christian Dior et LVMH Recherche se sont associés pour participer au financement de recherches fondamentales sur les cellules souches et leurs applications en thérapie humaine régénérative, en versant une partie des ventes réalisées par ses sérums *Capture R60/80 XP* au Stem Cell Institute for Regenerative Medicine de la Stanford School of Medicine (USA).

Les laboratoires LVMH Recherche poursuivent également leurs recherches sur le thème de l'hydratation qui constitue une attente majeure des consommateurs, sur les produits spécifiques pour le corps, et les produits blanchissants appréciés par la clientèle asiatique mais permettant également d'améliorer l'éclat du teint, un effet recherché aussi hors Asie.

La poursuite des travaux de recherche très en amont sur le sujet des orchidées et le domaine de la longévité a par ailleurs contribué au développement d'*Orchidée Impériale*, soin anti-âge majeur de Guerlain. D'autres recherches spectaculaires basées sur des études d'efficacité ont permis d'identifier des propriétés cosmétiques d'ingrédients nouveaux mis à profit dans des lancements du Groupe : un extrait d'Ambre breveté dans *Success Future* (Guerlain) ou l'association de deux vecteurs (hyalurosomes et cyclocaps) dans *Radical No Surgetics* (Parfums Givenchy).

D'autres travaux fondamentaux initialisés il y a plusieurs années ont également permis d'identifier des fractions de la vigne particulièrement efficaces pour lutter contre les radicaux libres. Ces études ont permis d'isoler une fraction particulièrement efficace à partir des sarments de vigne du vignoble de Château d'Yquem, utilisée au sein de la gamme *L'Or de Vie* de Parfums Christian Dior. Ce développement a permis le dépôt de nouveaux brevets par LVMH Recherche.

Enfin, des ingrédients et des formulations révolutionnaires ont permis le succès de la gamme *Super Aquaserum* de Guerlain dans le domaine des hydratants et des extensions de Dior *Dermo-System* qui poursuit sa croissance sur le marché des soins pour homme.

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 de développer de nouveaux effets colorés pour les différentes marques du groupe LVMH. L'innovation passe fréquemment par des transferts technologiques : ainsi par exemple, des nouveaux polymères utilisés dans d'autres industries ont permis de développer des formules originales comme le *Crème de Rouge* (Parfums Christian Dior) ainsi que le fond de teint *Diorskin Forever* qui devient une seconde peau à l'application. Des matériaux issus du domaine de la bijouterie comme le saphir blanc ou le cristal ont été incorporés pour améliorer les propriétés optiques des formulations (*Parure* de Guerlain). Des matériaux de grande pureté issus de l'industrie de la céramique ont été utilisés pour leur effet peeling dans *Peel Abrasion* de Dior.

L'innovation, particulièrement dynamique en terme de produits en 2007, ne doit pas occulter les grands projets de recherche amont qui vont donner naissance aux produits commerciaux des années à venir. Ces programmes très ambitieux permettent d'imaginer des produits toujours plus innovants, sur des thématiques où LVMH Recherche se veut toujours en avance sur ses concurrents. Dans le domaine des technologies de vectorisation afin de cibler les activités biologiques (après les liposomes utilisés dans la gamme *Capture*), dans le domaine de la biologie moléculaire afin de modifier les cinétiques de pigmentation de la peau (technologie des anti-sens utilisée dans la gamme *Diorsnow*), dans le domaine des Aquaporines et des jonctions étanches afin de contrôler les mouvements d'eau au sein des tissus cutanés (technologies respectivement utilisées pour *Hydraction* de Parfums Christian Dior et *Super Aquasurum* de Guerlain), les technologies de rupture à venir proposées par LVMH Recherche permettront aux marques du groupe LVMH d'obtenir des succès commerciaux légitimes en 2008, dans le domaine du soin et du maquillage comme dans celui des parfums.

Enfin, 2007 aura été l'année du dépôt du permis de construire du nouveau centre de Recherche du GIE LVMH Recherche. Ce projet, réactivé depuis 2005, permettra d'accueillir sur 16 500 m² les 250 chercheurs du centre de recherche. Baptisé Helios du nom du dieu soleil, ce bâtiment sera le premier centre de recherche avec un label HQE® (Haute Qualité Environnementale) et bénéficiera des avancées les plus innovantes dans le domaine de la gestion de la lumière, de l'énergie et de la réduction des consommations d'eau.

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 2007, pour cette activité, environ 8 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 10 millions d'euros de sous-traitance logistique.

Les matières sèches, c'est-à-dire les flaconnages, bouchons... et 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 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 créé 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). 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, développé ses équipes commerciales et marketing et commencé de mettre 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 2007, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 833 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 une ligne de lunettes de sport, *TAG Heuer Sportvision*, et a conclu en 2007 un accord de partenariat avec la société Modelabs pour le lancement d'une gamme de téléphones portables.

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.

Les Montres Dior, dont LVMH est le licencié exclusif, 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. La ligne *Christal* connaît actuellement une forte croissance.

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, a pour objectif de mettre 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. Les bijoux sont vendus dans les boutiques de Londres, New York et Los Angeles et dans seize « shop in the shop » dans les grands magasins japonais, taiwanais, américains, français et anglais. De Beers a lancé sa première collection horlogère en 2007.

4.2 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Grâce à ses quatre 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 et Fred. 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 2007 que 8 % 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 2007, TAG Heuer a réalisé dans sa propre filiale industrielle Cortech en Suisse près d'un cinquième des boîtes nécessaires à sa production.

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.

Pour des raisons de sécurité et en application du principe de précaution, le grand magasin parisien la Samaritaine est fermé au public depuis juin 2005.

En 2007, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 4 179 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 13 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 70 bateaux représentant une dizaine de 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. Un accent particulier est mis sur les montres et la joaillerie qui offrent de bonnes opportunités de croissance dans les années qui viennent.

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 aux soins. 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 Europe 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 Kharys. Sephora dispose aujourd'hui de 534 magasins en Europe, implantés dans 14 pays. Fin 2004, considérant le niveau de rentabilité en Grande-Bretagne, la décision a été prise de fermer le réseau de magasins de ce pays. Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 177 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, sephora.com, et 8 magasins au Canada. Implantée en Chine depuis 2005, Sephora dispose de 30 magasins dans ce pays au 31 décembre 2007. L'enseigne a débuté son implantation au Moyen-Orient en 2007, elle y disposait de 7 magasins à la fin de l'année.

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.

La Samaritaine

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.

6. AUTRES ACTIVITÉS

Les Autres activités regroupent le pôle média géré par DI Group (ex Desfossés International). 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 économique Enjeux-Les Echos, ainsi que d'autres services économiques spécialisés. Le quotidien La Tribune 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.

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

	<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	52
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	54
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 DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1.1 Commentaires sur l'activité

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Vins et Spiritueux	3 226	2 994	2 644
Mode et Maroquinerie	5 628	5 222	4 812
Parfums et Cosmétiques	2 731	2 519	2 285
Montres et Joaillerie	833	737	585
Distribution sélective	4 179	3 891	3 648
Autres activités et éliminations	(116)	(57)	(64)
Total	16 481	15 306	13 910

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Vins et Spiritueux	1 058	962	869
Mode et Maroquinerie	1 829	1 633	1 467
Parfums et Cosmétiques	256	222	173
Montres et Joaillerie	141	80	21
Distribution sélective	439	400	347
Autres activités et éliminations	(168)	(125)	(134)
Total	3 555	3 172	2 743

Les ventes de l'exercice 2007 s'élèvent à 16 481 millions d'euros, en croissance de 8 % 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 8 % pour le dollar US et de 9 % pour le yen. À devises constantes, les ventes progressent de 13 %.

Le périmètre des activités consolidées n'a pas enregistré en 2006 et 2007 d'évolution qui affecte la comparabilité des performances.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2007	2006	2005
Euro	31	30	30
Dollar US	30	32	32
Yen	11	13	15
Hong Kong dollar	4	3	3
Autres devises	24	22	20
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 31 % ; le poids du dollar US et du yen baisse de 2 points, respectivement de 32 % à 30 % et de 13 % à 11 % ; le poids des autres devises progresse de 3 points de 25 % à 28 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2007	2006	2005
France	14	15	15
Europe (hors France)	23	22	20
États-Unis	25	26	27
Japon	11	13	14
Asie (hors Japon)	19	17	17
Autres marchés	8	7	7
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse du poids relatif des États-Unis dans les ventes du Groupe de 26 % à 25 %, de la France de 15 % à 14 % et du Japon qui passe de 13 % à 11 % ; l'Asie (hors Japon) progresse de 2 points à 19 %, l'Europe (hors France) et les autres marchés progressent chacun de 1 point à respectivement 23 % et 8 %.

L'évolution défavorable de la parité dollar US/euro explique l'essentiel de la baisse du poids du dollar et des États-Unis dans les ventes du Groupe ; à parité constante, les ventes facturées en dollar US progressent de 10 % et les ventes aux États-Unis de 12 %. La baisse du poids du yen et du Japon dans les ventes du Groupe n'est qu'en partie expliquée par l'évolution défavorable de la parité yen/euro ; à parité constante, les ventes facturées en yen augmentent de 3 %.

Il convient également 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 Parfums et Cosmétiques progresse de 1 point de 16 % à 17 %, la part des autres activités restant inchangée : elle s'établit à 20 % pour les Vins et Spiritueux, 34 % pour la Mode et Maroquinerie, 5 % pour les Montres et Joaillerie et 25 % pour la Distribution sélective. La croissance de la part des marques de Parfums et Cosmétiques provient notamment d'une forte progression de leurs ventes aux magasins Sephora qui entraîne un effet additionnel d'éliminations de consolidation.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux augmentent de 8 % en données publiées ; elles incluent un effet de change négatif de 5 points, la croissance organique étant de 13 %. Le chiffre d'affaires bénéficie de la croissance des volumes de 4 % pour le champagne et de 10 % pour le cognac, ainsi que de la hausse des prix de vente et de l'amélioration constante du mix produits. Le champagne enregistre une forte progression de ses volumes au Japon et sur des marchés prometteurs comme l'Espagne ou la Russie ; en outre il connaît une montée en gamme significative notamment en Europe. Les ventes de cognac croissent fortement en Asie, particulièrement en Chine et au Vietnam, et en Russie. Le marché américain conserve une croissance soutenue pour l'ensemble du portefeuille de vins et spiritueux du Groupe.

La croissance organique des ventes des activités Mode et Maroquinerie est de 14 %, et de 8 % 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 à afficher une forte dynamique en Europe et aux États-Unis. Fendi confirme son développement avec à nouveau une forte progression de ses ventes. Les autres marques enregistrent de belles performances, certaines sont en croissance très rapide, notamment Marc Jacobs.

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance organique de ses ventes de 12 %, pour 8 % 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. Toutes les 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. 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 de 19 %, et de 13 % en données publiées. Cette performance est tirée par TAG Heuer qui renforce sa position de leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige ; l'excellente dynamique de cette marque est soutenue par une montée en gamme et une innovation continue et s'est traduite par une très forte progression sur tous ses marchés. Les autres marques horlogères Zenith et Montres Dior enregistrent de belles performances sur leurs segments respectifs. En joaillerie, Chaumet bénéficie d'une croissance soutenue de ses ventes sur l'ensemble de ses marchés ; la marque De Beers confirme son potentiel de joaillier diamantaire et poursuit le développement de son réseau de boutiques aux États-Unis, en Asie et au Moyen-Orient.

La croissance organique des ventes de la Distribution sélective est de 12 %, et de 7 % 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 globale de ses ventes, profitant de la montée en puissance des autres clientèles asiatiques, principalement la clientèle chinoise.

La marge brute du Groupe s'élève à 10 695 millions d'euros, en croissance de 9 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 65 %, en hausse de 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 5 752 millions d'euros, sont en augmentation de 7 % en données publiées et de 12 % 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 suit :

(en nombre)	2007	2006	2005
France	306	288	278
Europe (hors France)	523	456	422
États-Unis	463	394	365
Japon	253	278	262
Asie (hors Japon)	409	363	329
Autres marchés	94	80	67
Total	2 048	1 859	1 723

Les charges administratives sont de 1 388 millions d'euros, en hausse de 8 % en données publiées, et de 11 % à taux de change constants. Elles représentent 8 % des ventes, un niveau identique à celui enregistré en 2006.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 3 555 millions d'euros, en croissance de 12 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à près de 22 %, en progression de 1 point par rapport à 2006. Le niveau des charges commerciales et administratives étant stable, cette progression de 1 point traduit l'amélioration du taux de marge brute évoquée précédemment. Elle traduit également l'amélioration de la profitabilité de l'ensemble des groupes d'activités, en particulier de celle des Montres et Joaillerie qui progresse de 6 points.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à l'exercice précédent, est négatif de 255 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 20 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 058 millions d'euros, en croissance de 10 %. Cette performance résulte de l'augmentation des ventes en volume, de l'amélioration du mix produits et d'une politique de hausse des prix conforme au positionnement haut de gamme des produits et à la rareté des nouveaux approvisionnements notamment en champagne. 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 de ce groupe d'activités est en augmentation de 0,7 point à 32,8 %.

Le groupe d'activités Mode et Maroquinerie présente un résultat opérationnel courant de 1 829 millions d'euros, en croissance de 12 %. Malgré l'effet fortement défavorable des variations monétaires, Louis Vuitton réalise à nouveau une performance remarquable. Fendi confirme sa dynamique de croissance profitable. Les autres marques en phase de développement ou de renouveau affirment leur potentiel et améliorent sensiblement leur rentabilité. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités est en augmentation de 1,2 point à 32,5 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques est de 256 millions d'euros, en progression de 15 %. 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 profitabilité. Ainsi le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités progresse de 0,6 point à 9,4 %. Hormis les nouveaux parfums Fendi et Pucci, toutes les marques contribuent à cette amélioration.

Après avoir quadruplé en 2006, le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Montres et Joaillerie augmente de 76 % en 2007 à 141 millions d'euros. Cette performance est tirée par TAG Heuer et par l'amélioration des résultats des autres marques notamment Chaumet. Comme évoqué précédemment, le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités enregistre une progression remarquable de 6 points à 16,9 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 439 millions d'euros, en croissance de 10 %. Malgré la faiblesse du yen qui a fortement pénalisé le pouvoir d'achat des voyageurs japonais pendant une grande partie de l'année 2007, DFS est parvenu à augmenter ses ventes à devises constantes et à

maintenir son taux de marge opérationnelle sur ventes à un niveau élevé. 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 USA, en Chine et au Moyen-Orient. Le Bon Marché s'impose comme le magasin de référence du luxe et du prestige au cœur de Paris ; son niveau de profitabilité déjà élevé continue de progresser. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités Distribution sélective dans son ensemble est en augmentation de 0,2 point à 10,5 %.

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations s'établit à -168 millions d'euros ; il était de -125 millions d'euros en 2006. Outre les frais de siège, la rubrique Autres activités intègre également le pôle Média.

Les autres produits et charges opérationnels s'établissent à -126 millions d'euros contre -120 millions d'euros en 2006. En 2007, ils sont constitués à hauteur de -81 millions d'euros des résultats de cession du groupe La Tribune, de la société de logistique Kami (groupe d'activités Mode et Maroquinerie) et des stylos Omas ; le solde inclut 16 millions d'euros d'amortissements ou dépréciations accélérées d'immobilisations, 25 millions d'euros de coûts de réorganisations commerciales ou industrielles et 4 millions d'euros de charges ou provisions diverses à caractère non récurrent.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 3 429 millions d'euros, en croissance de 12 % par rapport à 2006.

Le résultat financier de l'exercice s'établit à -252 millions d'euros ; il était de -53 millions d'euros pour l'exercice précédent.

Le coût global de la dette financière nette s'élève à 207 millions d'euros en 2007 contre 173 millions d'euros en 2006. La charge d'intérêts de la dette comprise dans ce chiffre est en augmentation de 33 millions d'euros à 211 millions d'euros, reflétant deux évolutions contraires : la baisse du montant de la dette financière nette, et les effets défavorables de la hausse des taux sur la charge financière de la dette à taux variable. Le solde correspond à la variation de valeur de marché des instruments de couverture de taux.

Les autres produits et charges financiers sont de -45 millions d'euros, à comparer à un montant positif de 120 millions d'euros en 2006. Le coût financier des opérations de change a un effet négatif de 97 millions d'euros en 2007, il était négatif de 45 millions d'euros en 2006. Les plus-values provenant de la cession de divers investissements et placements financiers et les dividendes reçus de participations non consolidées s'élèvent à 73 millions d'euros en 2007, ils étaient de 185 millions d'euros en 2006.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 27 % contre 28 % en 2006. Cette baisse de 1 point résulte principalement de l'utilisation ou de l'activation de reports déficitaires et de l'effet de la baisse des taux d'impôt dans plusieurs pays européens (Italie, Royaume-Uni) sur le stock d'impôts différés au bilan.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence s'établit à 7 millions d'euros en 2007 ; elle était de 8 millions d'euros en 2006.

La part du résultat total revenant aux minoritaires est de 306 millions d'euros contre 281 millions d'euros en 2006. Il s'agit principalement des intérêts minoritaires dans les résultats de Moët Hennessy et de DFS.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 2 025 millions d'euros, en croissance de 8 % par rapport à l'exercice 2006 et de 41 % par rapport à l'exercice 2005. Comme en 2006, il représente 12 % des ventes.

1.2 Vins et Spiritueux

	2007	2006	2005
Ventes (en millions d'euros)	3 226	2 994	2 644
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	62,2	59,9	55,2
Cognac	60,9	55,3	50,5
Autres spiritueux	28,8	26,6	27,9
Vins tranquilles et pétillants	38,9	34,5	31,8
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	9
Europe (hors France)	29	28	27
États-Unis	29	31	33
Japon	8	9	9
Asie (hors Japon)	16	15	13
Autres marchés	10	9	9
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 058	962	869
Marge opérationnelle (en %)	32,8	32,1	32,9
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	189	104	97

Faits marquants

Le groupe d'activités Vins et Spiritueux enregistre une croissance organique de ses ventes de 13 % à laquelle contribuent, outre la progression des volumes, la montée en gamme du mix produits et la mise en œuvre d'une politique de hausse des prix. En données publiées, la croissance des ventes s'établit à 8 % et le résultat opérationnel courant progresse de 10 %.

Les ventes de l'ensemble Champagne et Vins s'élèvent à 1 802 millions d'euros, enregistrant une croissance organique de 11 % (7 % en données publiées). Le résultat opérationnel courant s'établit à 650 millions d'euros, en hausse de 9 %. Les volumes de champagne progressent de 4 %.

Les ventes de l'ensemble Cognac et Spiritueux s'élèvent à 1 424 millions d'euros, en croissance organique de 16 % (9 % en données publiées) et génèrent un résultat opérationnel courant de 408 millions d'euros en hausse de 12 %. Les volumes du cognac Hennessy progressent de 10 %.

Moët Hennessy se renforce en Chine en réalisant l'acquisition de 55 % du capital de Wen Jun Spirits, producteur d'alcools blancs haut de gamme.

Suite à un accord avec Belvedere Winery, Moët Hennessy acquiert la marque et le nom de domaine Belvedere aux États-Unis, devenant ainsi propriétaire de la marque de vodka de luxe dans le monde entier.

Principaux développements

Champagne et Vins

En 2007, Moët & Chandon a renforcé son leadership mondial. La marque a enregistré de solides performances sur ses marchés traditionnels et des croissances spectaculaires sur des marchés prometteurs tels que la Russie, l'Europe Centrale, la Chine et l'Inde. À noter une remarquable performance au Japon, résultat du travail de construction de la marque sur ce marché au potentiel encore élevé.

La croissance s'effectue sur l'ensemble de la gamme de produits, mais est particulièrement sensible sur les qualités premium rosées qui démontrent encore le rôle de leader de la marque sur ce segment très porteur. Le lancement spectaculaire du Grand Vintage 2000, unanimement salué par la critique, a permis à Moët & Chandon de créer l'événement et d'accélérer son développement sur les segments haut de gamme du marché.

La marque continue à affirmer très fortement sa présence médiatique à l'international au travers de la campagne de communication « Be Fabulous ».

Dom Pérignon s'est développé sur ses marchés-clés, France et Europe en particulier, et a conforté sa position de leader mondial des champagnes de luxe.

Poursuivant sa stratégie de valorisation, la marque a accéléré son développement dans le segment haut de gamme avec le lancement international de Dom Pérignon *Enothèque* 1993, qui fait suite au succès de Dom Pérignon Rosé en 2006. De nouvelles créations innovantes - Marc Newson 2 ou encore La Belle et le Jéroboam en partenariat avec Chaumet - ont renforcé les offres ultra-luxueuses. La rénovation du packaging de la marque a agi en synergie avec ces initiatives. Karl Lagerfeld a poursuivi sa collaboration avec Dom Pérignon en créant une campagne de communication incarnée par Claudia Schiffer.

Ruinart a enregistré en 2007 une nouvelle année record. Cette croissance s'inscrit dans la stratégie de valorisation de la marque donnant la priorité aux qualités premium, Ruinart Blanc de Blancs, et Ruinart Rosé, ainsi qu'à la cuvée de prestige Dom Ruinart. Ses trois pays phares en Europe ont joué un rôle clé dans la progression

et d'excellents résultats ont été enregistrés en Russie, au Japon et aux États-Unis. Ponctué par de très beaux événements, l'année 2007 a vu entre autres le lancement de la deuxième Collection *Prestige* dessinée par Christian Biecher.

Mercier, marque de référence en France, conforte sa position. Poursuivant son développement autour de valeurs de convivialité et d'authenticité, la marque demeure un partenaire important de la restauration traditionnelle.

Veuve Clicquot Ponsardin confirme le succès de sa stratégie de création de valeur. L'excellence reconnue des vins, la créativité des innovations et le soutien de plans de communication importants ont enrichi et dynamisé l'image de la marque. Le réseau de distribution de Moët Hennessy a appliqué les augmentations de prix prévues, renforçant ainsi son positionnement premium.

La marque a poursuivi sa croissance dans ses pays clés, comme les États-Unis, la Grande-Bretagne, l'Italie et le Japon, et a rapidement accru sa présence sur de nouveaux marchés en Asie, en Australie et en Amérique Latine.

Au nombre des temps forts de l'année 2007, Veuve Clicquot Ponsardin a fêté les cent trente années d'existence de son étiquette jaune lors d'un événement international à New York au cours duquel ont été présentés les « Yellowboams », une série limitée de jéroboams de Carte Jaune entièrement élaborés à la main et luxueusement habillés de feuille d'or et d'étiquettes en cuirs rares. L'engouement suscité par Veuve Clicquot Rosé s'est confirmé sur tous les marchés. Le nouvel étui « couture » de La Grande Dame incarne en beauté le caractère élégant et luxueux du millésime 1998 en brut et en rosé.

Tout au long de l'année 2007, **Krug** a fait progresser ses positions et a consolidé ses investissements ciblés sur ses marchés stratégiques. Aux États-Unis, au Japon, en Grande Bretagne, en France et en Italie, Krug affiche une croissance à deux chiffres portée par l'engouement des amateurs pour son goût inimitable. La sortie du millésime Krug 1996 a été particulièrement remarquée sur la scène internationale. La revue *Wine Spectator* lui a décerné une note exceptionnelle, de 99 points sur 100, la plus haute jamais attribuée à un champagne.

Estates & Wines, qui regroupe les vins pétillants et tranquilles de Moët Hennessy, enregistre pour la quatrième année consécutive une croissance à deux chiffres de son résultat. Ce succès confirme la pertinence de son modèle de développement fondé sur une politique d'excellence et d'innovation et sur le positionnement super premium de ses marques. La croissance s'est révélée particulièrement forte aux États-Unis, premier marché mondial du vin en valeur, en Asie et en Amérique Latine.

Au sommet de la hiérarchie des vins de Sauternes, **Château d'Yquem** a réalisé en 2007 une superbe performance. La livraison du millésime 2004 s'est parfaitement déroulée et la vendange 2007 laisse présager un très grand vin. Deux exceptionnelles dégustations

de Château d'Yquem ont réuni à Los Angeles en novembre 2007 les plus grands critiques dégustateurs anglophones et asiatiques.

Cognac et Spiritueux

Hennessy, leader mondial incontesté du cognac, accentue encore sa croissance en volume en 2007.

Les États-Unis confirment leur position de premier marché contributeur de la marque. Hennessy y demeure au premier rang de la catégorie cognac, tant en volumes qu'en valeur. La marque a conforté sa croissance en s'appuyant sur une stratégie de création de valeur. Elle a intensifié les opérations de communication dans les points de vente sélectifs et les programmes innovants dans les établissements haut de gamme. Elle continue à élargir sa base de consommateurs grâce à des moyens publi-promotionnels accrus. Une campagne publicitaire - en affichage, presse et télévision - intitulée *Flaunt Your Taste*, a donné à Hennessy une forte visibilité et une image de sophistication accrue. En parallèle, *Hennessy Artistry*, programme mondial de communication exceptionnel par son concept et son impact, a été déployé pour la deuxième année consécutive avec un égal succès.

En Asie, l'année 2007 confirme une croissance forte. En Chine, Hennessy a continué de renforcer son leadership en valeur dans l'univers des spiritueux premium. La marque y connaît une croissance exceptionnelle en s'appuyant notamment sur ses qualités V.S.O.P et X.O, dont elle est le leader incontesté. Elle est en position très favorable pour l'avenir sur ce marché hautement stratégique. À Taiwan, marché très concurrentiel, Hennessy jouit d'une position de force similaire. Hennessy est leader au Vietnam sur un marché en pleine expansion. Un nouveau film publicitaire a contribué à renforcer l'image sophistiquée et luxueuse du Hennessy X.O en Asie. La plateforme mondiale de communication *Hennessy Artistry* a été déployée pour la deuxième année consécutive en Chine, à Hong Kong, à Taiwan et en Malaisie.

En Europe, la Russie se positionne comme le troisième pilier de croissance d'Hennessy (après les États-Unis et la Chine). Les consommateurs russes apprécient tous les produits de la gamme, depuis le V.S jusqu'aux cognacs les plus rares. En Irlande, Hennessy V.S maintient son exceptionnelle part de marché. Sur les marchés prometteurs d'Europe centrale et orientale, la marque se développe rapidement.

Le développement d'une nouvelle stratégie de communication et les investissements dédiés à la vodka **Belvedere** à la suite du rachat de la marque aux États-Unis ont permis d'accélérer sa croissance. L'ensemble des pays clés progresse de façon soutenue, autorisant des objectifs ambitieux. La vodka **Chopin** a bénéficié en 2007 du travail effectué pour renforcer son positionnement haut de gamme. Celui-ci est soutenu par un nouveau packaging et un programme de communication innovant.

Deux ans après son lancement, le rhum de luxe **10 Cane** progresse fortement aux États-Unis et étend sa distribution dans plusieurs pays importants.

Pour le whisky **Glenmorangie**, deux ans après son entrée dans le groupe LVMH, 2007 est une année marquante au cours de laquelle tous les éléments constitutifs et identitaires de la marque, en particulier son packaging, ont été revisités afin de capitaliser sur son extraordinaire héritage. Une nouvelle gamme, **Glenmorangie Extra Matured**, qui remplace l'ancienne gamme **Wood Finish**, a également été lancée et l'élaboration de **Glenmorangie Original**, le whisky phare de 10 ans d'âge, a été perfectionnée afin d'en sublimer la qualité. Les premiers résultats de ces développements sont extrêmement prometteurs. Le whisky **Ardbeg** élaboré sur l'île d'Islay a reçu en 2007 une consécration exceptionnelle au sein de la profession (son whisky 10 ans d'âge a été désigné « World Whisky of the Year » dans l'édition 2 008 du **Jim Murray**, la bible des whiskies) et a développé des produits en édition limitée pour ses « aficionados ».

L'histoire de **Wen Jun** – du nom d'une figure chinoise légendaire – remonte à plus de 2 000 ans. La distillerie, qui élabore l'un des alcools blancs les plus renommés et prestigieux du pays, opère sans interruption depuis l'époque de la dynastie des Ming au XVI^e siècle. Depuis son acquisition au printemps 2007 par Moët Hennessy, un nouveau produit au packaging inédit a été développé et a été lancé en décembre à Pékin.

Perspectives

En 2008, les marques du groupe d'activités Vins et Spiritueux vont accentuer leur stratégie de valeur et leur politique d'innovation. Augmentation des prix et montée en gamme du mix produits seront activement poursuivies, soutenues par d'importants investissements en communication à la fois pour les marques leaders et pour les « rising stars ». Moët Hennessy continuera de renforcer son réseau de distribution sur les marchés à fort potentiel de développement.

1.3 Mode et Maroquinerie

	2007	2006	2005
Ventes (en millions d'euros)	5 628	5 222	4 812
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	9	9	9
Europe (hors France)	20	19	17
États-Unis	20	21	22
Japon	22	26	30
Asie (hors Japon)	23	20	18
Autres marchés	6	5	4
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	49	50	50
Ventes de gros	38	36	35
Licences	8	7	8
Autres	5	7	7
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 829	1 633	1 467
Marge opérationnelle (en %)	32,5	31,3	30,5
Nombre de magasins			
Louis Vuitton	390	368	345
Fendi	160	135	116
Autres	439	451	430
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	246	319	281

Faits marquants

Le groupe Mode et Maroquinerie enregistre en 2007 une croissance organique de ses ventes de 14 % et une progression de 12 % de son résultat opérationnel courant.

Louis Vuitton réalise de remarquables performances avec une nouvelle croissance organique de ses ventes à deux chiffres toujours accompagnée d'un niveau de rentabilité exceptionnel.

Fendi confirme sa dynamique de croissance profitable et s'assure une couverture médiatique exceptionnelle en présentant son défilé printemps-été 2008 sur la Grande Muraille de Chine.

Le réseau de distribution du groupe d'activités s'est accru de 35 magasins ; il totalise 989 magasins en propre au 31 décembre 2007.

Principaux développements

Louis Vuitton

Louis Vuitton réalise une nouvelle année de forte croissance. L'année 2007 est caractérisée par une progression très soutenue en Europe, de fortes performances en Amérique du Nord et une dynamique exceptionnelle en Asie, en Chine et en Corée tout particulièrement. La marque renforce significativement ses positions dans l'ensemble des zones géographiques auprès des clientèles locales et bénéficie pleinement du boom du tourisme mondial : les ventes ont significativement augmenté grâce aux nouvelles clientèles touristiques originaires d'Asie, de Russie et du Moyen-Orient.

Au 31 décembre 2007, le réseau de distribution mondial de Louis Vuitton totalise 390 magasins. La marque a réalisé 22 ouvertures nettes au cours de l'année, dont 3 au sein de nouveaux pays, et a procédé à plusieurs rénovations marquantes.

L'année 2007 est marquée par une forte dynamique d'innovation et d'enrichissement des lignes permanentes en maroquinerie. La ligne *Damier Azur* lancée fin 2006 s'installe avec succès aux côtés de *Damier Ebène* qui poursuit son développement via l'introduction de nouveaux modèles. La ligne *Monogram Vernis* a été déclinée en deux couleurs inédites, Pomme d'amour et Amarante, tandis que les nuances Ivoire et Vérone sont venues renforcer respectivement les lignes *Epi* et *Subali*. Louis Vuitton a également créé de nouveaux modèles (*Beverly*, *Neverfull*, *Riveting*...) pour ses lignes traditionnelles *Monogram* et *Epi*. Les autres métiers, prêt-à-porter, souliers, montres et accessoires, ont connu des progressions significatives. Soulignant la relation entretenue par Louis Vuitton avec le monde l'art, Marc Jacobs a accentué ses collaborations avec des artistes majeurs comme Richard Prince et Takashi Murakami.

Afin de faire face à la forte croissance des ventes actuelle et future, Louis Vuitton a sensiblement accru les heures de production au sein de ses 14 ateliers de maroquinerie. L'essor de l'activité souliers a conduit la Maison à augmenter les capacités de son site de Fiesso d'Artico en Italie qui regroupe l'ensemble des savoir-faire, du développement à la production, pour toutes les catégories de souliers.

En accord avec ses valeurs éternelles et son cœur de métier, Louis Vuitton a placé l'année 2007 sous le signe du voyage : produits, vitrines, éditions, événements ont renoué avec les racines de la marque. L'un des temps forts sur ce thème est le lancement de la nouvelle campagne institutionnelle pour laquelle ont posé, sous l'objectif d'Annie Leibovitz et au profit d'organisations environnementales, Mikhaïl Gorbatchev, Catherine Deneuve, Steffi Graf et André Agassi. Le Musée Louis Vuitton a par ailleurs présenté à Asnières une nouvelle scénographie baptisée « Voyages et voyageurs ». L'Espace Louis Vuitton de la Maison des Champs-Élysées à Paris a accueilli les expositions « La tentation de l'espace » et « Moscopolis » qui a présenté le travail de 11 artistes russes contemporains.

Fendi

L'activité de Fendi en 2007 s'inscrit dans la continuité de l'excellente tendance qui a marqué les deux années précédentes. La croissance organique à deux chiffres de ses ventes s'accompagne d'une nouvelle amélioration de son résultat opérationnel courant.

Le prêt-à-porter et les souliers enregistrent d'excellentes progressions. Les nouvelles lignes de maroquinerie, *B-Mix*, *Crossword* et *To You* réalisent de fortes performances à l'image de la ligne *Chef*, lancée précédemment, dont le succès se confirme. Le développement des lunettes Fendi est également très soutenu.

Symbole fort de la créativité et du renouveau de la marque romaine, un défilé de la collection printemps-été 2008, créée par Karl Lagerfeld pour le prêt-à-porter et Silvia Fendi pour la maroquinerie, a été organisé en octobre sur la Grande Muraille de Chine. Cet événement spectaculaire, totalement inédit dans le monde de la mode, a été très largement relayé par la presse internationale, conférant à Fendi une visibilité exceptionnelle.

La marque a continué d'étendre son réseau de distribution en ouvrant 25 nouveaux magasins dans l'ensemble des zones géographiques. Elle a inauguré sa présence dans quatre nouveaux pays, l'Espagne, la Turquie, la Suisse et Bahreïn. Le réseau totalise 160 magasins au 31 décembre 2007.

Fendi a par ailleurs opéré son retour dans le domaine du parfum avec le lancement de *Palazzo*, développé au sein du groupe Parfums et Cosmétiques de LVMH.

Autres marques

Avec un management renforcé, une stratégie cohérente et une organisation optimisée, **Donna Karan** réalise une année très dynamique, marquée par de solides progressions. La marque tire profit du renforcement de ses créations et de son orientation stylistique résolument axée sur les valeurs qui ont fait d'elle une marque culte de la mode aux États-Unis.

Tout au long de l'année, Donna Karan a bénéficié d'une remarquable couverture de la part de la presse internationale, ce qui a permis d'accroître la demande pour l'ensemble de ses produits. Le déploiement des collections Donna Karan *Gold* et *Icônes* dans la ligne de luxe *Collection* a engendré de fortes avancées. Au sein de ses boutiques exclusives, Donna Karan enregistre une croissance à deux chiffres de ses ventes en dollar. Les produits de prêt-à-porter *DKNY* ont accru leur succès au sein de la distribution, ce qui devrait entraîner une bonne croissance des commandes pour les prochaines saisons.

Loewe accomplit d'excellentes performances en 2007 en termes de ventes et de rentabilité. Au succès de sa ligne emblématique *Amazona* s'ajoute désormais celui de la ligne plus récente *Napa Aire* qui s'installe comme un nouveau best-seller. La marque réalise en particulier des progressions remarquables au Japon où elle continue d'accroître ses parts de marché et en Chine où elle développe progressivement son réseau de distribution. La Direction Artistique confiée à Stuart Vevers et le déploiement d'un nouveau

concept de boutique créé par Peter Marino autorisent de fortes ambitions pour les années qui viennent.

Marc Jacobs poursuit sa rapide croissance, continue d'affirmer son succès aux États-Unis et accélère fortement son développement à l'international. Des ouvertures de magasins majeures ont été réalisées en 2007 en Europe, en Chine et au Moyen-Orient. Les lignes de prêt-à-porter *Marc by Marc Jacobs* suscitent une forte demande, les souliers et la maroquinerie, pour laquelle un important effort créatif a été engagé, connaissent également un excellent développement. Enfin, les accessoires, activité lancée en 2004, sont devenus une référence sur le marché et permettent d'entrevoir une croissance solide et durable. Forte de ces résultats, la marque poursuivra son expansion territoriale en 2008.

Chez **Celine**, les produits de maroquinerie, qui constituent un axe stratégique prioritaire, réalisent de bonnes performances, grâce en particulier au nouveau best-seller, la ligne *Bittersweet* lancée en 2006. La marque bénéficie du succès de la nouvelle campagne publicitaire photographiée par Bruce Weber. Elle a accéléré son développement en Chine avec l'ouverture de trois nouvelles boutiques et a conclu un partenariat pour renforcer sa présence en Asie du Sud-Est.

Kenzo poursuit une tendance très positive de croissance des ventes et d'amélioration de la rentabilité. L'année 2007 confirme le renouveau dû au travail de Direction Artistique d'Antonio Marras. Le plan de déploiement mondial du nouveau concept de magasin inspiré par la boutique historique de la Place des Victoires à Paris s'intensifie avec, à titre d'exemple, la réouverture du magasin phare de la place de la Madeleine. Des ouvertures ont été réalisées, entre autres, au Bahreïn, en Croatie et en Argentine. De nouveaux partenariats ont été conclus dans le secteur de l'ameublement et de la décoration.

En 2007, **Givenchy** enregistre une forte progression de sa rentabilité grâce à la croissance importante de toutes les lignes de produits. Le renouveau stylistique initié en 2005 a permis d'accroître la visibilité de la marque avec des retombées presse en forte augmentation. Givenchy confirme sa dynamique dans le domaine du prêt-à-porter féminin grâce au succès des collections de Riccardo Tisci qui s'implique progressivement dans tous les territoires d'expression de la marque. Les accessoires sont également en forte croissance, portés en particulier par la ligne *Nightingale* et le lancement de la ligne *Postino*. La marque renforce son positionnement en Chine en y étendant son réseau de boutiques.

Thomas Pink, spécialiste britannique de la chemise haut de gamme, a fait preuve d'une grande dynamique en 2007. Celle-ci s'est traduite en particulier par l'ouverture de 16 nouvelles boutiques, en propre ou en franchise, par une refonte du site Internet et par la création de plusieurs nouvelles lignes pour homme alliant confort et élégance, adaptées à toutes les circonstances.

Pucci a mis à profit son 60^e anniversaire pour accroître considérablement son rayonnement. Les événements qui se sont déroulés à Florence, Tokyo et Miami ont généré d'importantes retombées médiatiques. Les ventes de la marque sont en forte croissance. Des ouvertures ont été réalisées au Japon, en Russie et au Moyen-Orient. Une gamme de lunettes a été introduite en septembre et le parfum *Vivara*, développé au sein du groupe Parfums et Cosmétiques de LVMH, a été lancé en fin d'année.

Berluti accentue son développement année après année tout en demeurant pour ses clients une marque d'exception. En 2007, les ventes sont en forte croissance et cette progression s'opère dans les 14 pays où la marque est présente. Neuf magasins, en propre ou en franchise, ont été ouverts au cours de l'année. Le lancement très réussi des lignes de souliers *Fil d'Ariane* et *Démesures* et la mise en œuvre d'une nouvelle campagne de communication illustrant les créations de Berluti dans le domaine des souliers mais aussi de la maroquinerie sont les temps forts de 2007.

Perspectives

Louis Vuitton entend de nouveau renforcer son avance en 2008 et, à cette fin, déploiera un programme ambitieux de développement de nouveaux produits tout en continuant à étendre son réseau mondial de distribution. La marque ouvrira de nouveaux magasins en Chine, en Asie, en Europe... Elle prépare également l'inauguration de nouvelles Maisons Louis Vuitton à Hong Kong et Londres.

L'année sera marquée par une forte dynamique en termes de communication avec une nouvelle campagne mode et la poursuite de la campagne institutionnelle qui fera appel à de nouvelles personnalités hors du commun.

Fendi a également des objectifs ambitieux : la marque développera son offre en maroquinerie en capitalisant sur ses produits icônes tels que les lignes *Baguette*, qui fêtera son dixième anniversaire en 2008, et *Selleria*. Le prêt-à-porter et les souliers continueront leur croissance soutenue. Fendi poursuivra le développement et l'optimisation de son réseau de distribution.

Les autres marques du groupe d'activités Mode et Maroquinerie accentueront leur progression conformément à leurs plans stratégiques. Avec des organisations plus efficaces, des améliorations opérationnelles très significatives et un travail rigoureux sur tous les paramètres de gestion, elles sont en excellente position pour réaliser pleinement leur potentiel et accroître leur contribution aux résultats d'ensemble.

1.4 Parfums et Cosmétiques

	2007	2006	2005
Ventes (en millions d'euros)	2 731	2 519	2 285
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	55	52	53
Maquillage	26	28	28
Produits de soins	19	20	19
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	16	17	18
Europe (hors France)	43	41	40
États-Unis	8	9	9
Japon	6	7	8
Asie (hors Japon)	13	13	11
Autres marchés	14	13	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	256	222	173
Marge opérationnelle (en %)	9,4	8,8	7,6
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	115	98	115
Nombre de magasins	55	48	43

Faits marquants

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance organique de ses ventes de 12 %. Cette dynamique inégalée est alimentée à la fois par l'innovation et l'enrichissement des lignes phares. Toutes les marques du portefeuille sont en croissance ainsi que toutes les catégories de produits, parfum, maquillage et soin. Le résultat opérationnel courant s'établit en hausse de 15 %.

Le groupe d'activités consolide son leadership européen. La Chine, la Russie, le Moyen-Orient, où nos marques accentuent leurs avancées, confirment leur fort potentiel.

Parfums Christian Dior lance avec grand succès deux nouveaux parfums, le masculin *Fahrenheit 32* au premier semestre, le féminin *Midnight Poison* en septembre, et développe la ligne de soin *Capture*. La marque célèbre avec éclat ses 60 ans.

Guerlain lance *L'Instant Magic* et le fond de teint *Parure* et ouvre une boutique de grand luxe en franchise à Moscou.

Fendi, avec *Palazzo*, et Pucci, avec *Vivara*, effectuent leur retour dans l'univers du parfum en fin d'année 2007.

Principaux développements

Parfums Christian Dior

En 2007, Parfums Christian Dior a connu une vigoureuse croissance des ventes, très supérieure à l'évolution du marché, accompagnée d'une nouvelle et forte croissance de sa rentabilité. La marque confirme sa dynamique dans l'ensemble des zones géographiques. L'Europe, son premier marché, voit son potentiel renforcé par le développement de la Russie, pays où Dior est déjà en position de leader. L'Asie bénéficie du dynamisme du marché chinois. Aux États-Unis, la marque poursuit avec succès sa stratégie de sélectivité et progresse en parts de marché avec un rythme de croissance record. Les performances réalisées au Moyen-Orient permettent de confirmer le potentiel de ce vaste marché.

Dior a poursuivi sa stratégie de sélectivité accrue tant au plan de la distribution que de l'offre produits. Grâce à un taux d'innovation particulièrement élevé et à la remarquable vitalité de ses grands classiques, la marque star du groupe d'activités voit ses ventes progresser sur les trois axes. Elle réalise des performances exceptionnelles dans le domaine du parfum, auxquelles ont contribué les lancements de *Midnight Poison* et *Fahrenheit 32* ainsi que la progression soutenue de *J'Adore*, *Dior Homme* et *Miss Dior Chérie*. La dynamique de l'axe soin est particulièrement alimentée par le développement de la gamme *Capture*, qui conforte ses grandes ambitions sur le segment de l'anti-âge, et par le lancement du soin d'exception *L'Or de Vie*. En maquillage, le nouveau *Rouge Dior*, le fond de teint *Diorskin* et la ligne *Backstage* ont réalisé de formidables performances.

Venant appuyer les différents lancements et initiatives de l'année, un effort particulier en matière de communication a contribué à dynamiser les ventes et à accentuer le rayonnement de la marque. Une nouvelle star, Eva Green, incarne le parfum *Midnight Poison*, tandis que Sharon Stone, Charlize Theron et Monica Bellucci ont participé, au travers de nouvelles campagnes de publicité et d'événements marquants, à accroître le rayonnement de Dior et de ses produits.

Guerlain

Guerlain réalise en 2007 d'excellentes performances. Confirmant la dynamique impulsée et accentuée depuis plusieurs années, la marque enregistre une remarquable croissance de ses ventes, supérieure à la progression du marché, et améliore fortement sa rentabilité.

Guerlain récolte les fruits d'une stratégie fondée sur une innovation haut de gamme et sur la concentration de ses efforts d'investissement au sein de ses marchés européens et asiatiques prioritaires. La marque poursuit sa forte croissance dans l'ensemble de ses catégories de produits. Le nouveau parfum féminin *L'Instant Magic*, lancé mondialement en septembre, a reçu un accueil très favorable. La

Maison a également continué d'illustrer son engagement dans le domaine de la haute parfumerie : rééditions de parfums mythiques et créations exclusives ont ponctué l'année, témoignant du savoir-faire unique de Guerlain, parfumeur créateur depuis 1828. L'axe maquillage, porté par les lignes phares *Terracotta* et *KissKiss* et par le succès du nouveau fond de teint *Parure*, a confirmé sa remarquable dynamique. *Orchidée Impériale*, la ligne de soin premium, a été développée et a continué sa forte percée dans toutes les régions.

Après la rénovation très remarquée du 68 Champs-Élysées et le remodelage de sa Maison Rive Gauche, située rue de Sèvres à Paris, Guerlain a déployé son nouveau concept de comptoir à Moscou en ouvrant une boutique de très grand luxe dans le prestigieux magasin du Tsum.

Autres marques

Parfums Givenchy, qui fêtait son demi-siècle en 2007, a franchi une nouvelle étape de son développement en réalisant des taux de progression supérieurs à ceux du marché tout en augmentant son résultat opérationnel courant au-delà des objectifs initiaux de l'année.

La marque a réalisé des progressions soutenues sur ses marchés prioritaires. Elle s'est implantée en Chine au cours de l'été.

Sa dynamique s'appuie sur une politique d'innovation ambitieuse, illustrée en particulier par le déploiement du nouveau parfum féminin *Ange ou Démon* dans les pays où il n'était pas encore présent en 2006, autant de marchés où ce lancement bénéficia de bons résultats. Le fort impact de la nouvelle campagne publicitaire de la ligne a clairement contribué à alimenter ces avancées. Les axes maquillage et soin ont également concouru au nouvel élan de Parfums Givenchy avec une forte croissance à deux chiffres répartie sur l'ensemble des régions. L'année 2007 a été marquée par le lancement du nouveau rouge à lèvres *Rouge Interdit*.

Parfums Kenzo réalise une bonne année, marquée par une croissance très soutenue. Cette dynamique est due à la solide performance des trois lignes de parfum piliers de la marque, *FlowerbyKenzo*, *KenzoAmour* et les *Eaux par Kenzo*, et au lancement de la fragrance masculine *TokyobyKenzo* qui a permis de séduire une clientèle jeune. Parfums Kenzo a poursuivi son développement en Europe, au Moyen-Orient et aux États-Unis, avec une mention particulière pour la Russie qui s'affirme comme un marché à très fort potentiel.

Deux nouvelles campagnes de publicité très identitaires dédiées à *FlowerbyKenzo* et *KenzoAmour* ont permis de développer l'image poétique qui distingue la marque et constitue l'un de ses premiers atouts dans l'univers des parfums et cosmétiques.

BeneFit Cosmetics poursuit son développement rapide sur l'ensemble de ses marchés et maintient un taux de rentabilité élevé. Forte d'un positionnement original, appréciée pour son style ludique et décalé, la marque conforte sa position parmi les leaders du maquillage aux États-Unis et en Grande-Bretagne, ses territoires

les plus importants. Elle confirme sa réussite dans l'ensemble des pays asiatiques et européens où elle étend sa présence et effectue des débuts extrêmement prometteurs sur le marché chinois. Parmi les nouveaux produits, la ligne de maquillage *Love Your Look* et l'enlumineur de teint *That Gal* connaissent un grand succès.

Make Up For Ever accomplit de nouveau d'excellentes performances dans l'ensemble de ses marchés. En s'appuyant sur son expertise reconnue dans le domaine du maquillage professionnel, la marque attire un public averti et exigeant. Elle enregistre une très forte augmentation de ses ventes résultant non seulement d'une extension de son réseau de distribution, mais également d'une croissance organique soutenue : aux États-Unis, elle se positionne résolument comme la référence dans le segment du maquillage professionnel et rencontre un succès croissant auprès du public ; sa dynamique est également remarquable en France et en Chine. La gamme de crayons waterproof *Aqua Eyes*, lancée en 2007, rencontre un succès considérable tant auprès du public que des maquilleurs professionnels.

Acqua di Parma, Parfums Loewe et Fresh réalisent une très bonne année en termes de ventes et de résultat. Le lancement de *Colonia Intensa* a permis de renforcer l'une des lignes phares d'Acqua di Parma et de souligner son positionnement exclusif. Pour Parfums Loewe, l'année 2007 a été marquée par le succès du lancement de la nouvelle fragrance féminine *Quizas Quizas Quizas*. Fresh, dont les produits naturels s'inscrivent dans un courant de consommation très porteur, bénéficie notamment du travail effectué pour renouveler son packaging.

Perspectives

Sur la lancée des progrès continus réalisés au cours des dernières années, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques présente de bonnes perspectives de gains de parts de marché et d'amélioration de sa marge opérationnelle en 2008.

Christian Dior se fixe de nouveau un objectif de croissance des ventes supérieure à celle du marché. La marque entend pour cela pérenniser et renforcer ses avancées stratégiques en continuant d'affirmer son statut de marque star et son positionnement d'artisan parfumeur et créateur. Cette ambition s'appuiera de nouveau sur une intense politique d'innovation et de raffinement au service de ses lignes phares en parfum, maquillage et soin. Dior s'attachera à consolider sa position de leader européen et à accentuer ses avancées sur ses marchés à fort potentiel.

En 2008, **Guerlain** célébrera 180 ans de créations dédiées à la beauté. La Maison poursuivra vigoureusement son expansion avec un plan d'innovations visant à renforcer ses lignes stratégiques, *Shalimar*, *L'Instant*, *Terracotta*, *Parure*, *KissKiss*, *Orchidée Impériale*. À ces initiatives s'ajouteront deux lancements majeurs dans les segments du parfum et du maquillage où Guerlain a une bonne opportunité de se renforcer.

Parfums Givenchy prévoit une nouvelle année de forte croissance en 2008, avec le lancement d'une nouvelle ligne de parfum masculin dont l'égérie sera l'une des personnalités les plus marquantes dans son domaine, ainsi qu'une nouvelle variante de la ligne féminine *Very Irresistible* et une innovation percutante en maquillage.

Parfums Kenzo fêtera ses 20 ans de présence en parfumerie en 2008. Au nombre des initiatives à venir figurent la création d'éditions limitées dans ses lignes emblématiques, le lancement au second semestre d'un grand parfum masculin et celui d'un produit phare dans la gamme de soins *KenzoKi*.

1.5 Montres et Joaillerie

	2007	2006	2005
Ventes (en millions d'euros)	833	737	585
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	7	8
Europe (hors France)	24	25	23
États-Unis	25	25	24
Japon	13	14	16
Asie (hors Japon)	15	14	15
Autres marchés	16	15	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	141	80	21
Marge opérationnelle (en %)	16,9	10,9	3,6
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	28	25	28
Nombre de magasins	90	82	70

Faits marquants

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie enregistre une croissance organique de ses ventes de 19 % et une augmentation de 76 % de son résultat opérationnel courant, d'autant plus remarquable que celui-ci avait presque quadruplé en 2006.

TAG Heuer développe ses lignes icônes, lance la gamme de montres et chronographes automatiques *Grand Carrera* et annonce une diversification dans le domaine des téléphones mobiles.

Zenith remporte le Grand Prix du Public au Grand Prix d'Horlogerie de Genève pour son chronographe *Defy Xtreme Open Stealth*.

Sharon Stone devient l'égérie de la collection *Christal* de Dior.

Chaumet réussit son implantation en Asie chinoise.

De Beers présente sa première gamme horlogère.

La marque d'instruments d'écriture Omas a été cédée en 2007.

Principaux développements

En 2007, pour la quatrième année consécutive, la dynamique des marques horlogères et joaillères de LVMH surpasse celle des maisons concurrentes. La croissance organique de 19 % enregistrée par le groupe d'activités est supérieure à celle du marché de l'horlogerie suisse et à la hausse moyenne publiée des principaux acteurs joailliers.

Alors que chaque Maison concentre ses investissements sur les marchés les plus profitables et porteurs, la croissance globale reste équilibrée entre les principales zones géographiques et entre les marchés mûrs et émergents. Ainsi en 2007, des objectifs ambitieux ont été atteints en Chine, en Inde, au Moyen-Orient et en Russie, tout en accroissant les parts de marché en Europe, aux États-Unis et au Japon.

Dans un contexte d'évolution défavorable des devises, une attention particulière est donnée aux augmentations et à l'harmonisation mondiale des prix, au ciblage et à l'efficacité des investissements publicitaires ainsi qu'à la productivité tant dans les Maisons que dans les filiales de distribution. Cette gestion rigoureuse, orchestrée par des équipes expérimentées et motivées, se traduit par une croissance de 76 % du résultat opérationnel courant alors même que celui-ci avait presque quadruplé en 2006.

TAG Heuer

2007 constitue une nouvelle année record pour TAG Heuer qui poursuit sa montée en gamme et enregistre une forte croissance à deux chiffres sur tous ses marchés.

La marque star, leader dynamique du segment des montres et chronographes de sport de prestige, a renforcé ses lignes icônes, *Aquaracer*, *Link* et *Carrera*, en modèles masculins et féminins et a lancé deux innovations horlogères : le *calibre S*, mouvement électromécanique équipant désormais certains modèles des lignes *Link* et *Aquaracer*, et la *Grand Carrera*, une nouvelle gamme de montres et chronographes exclusivement automatiques.

La communication de TAG Heuer est soutenue par une équipe unique au monde réunissant des ambassadeurs que distinguent leurs performances et leurs personnalités hors du commun. Au nombre de ceux-ci figurent Tiger Woods, Maria Sharapova, Brad Pitt, Uma Thurman, Kimi Räikkönen, nouveau champion du monde de F1, Lewis Hamilton, jeune prodige de la F1, et Shah Rukh Khan, le plus célèbre acteur indien.

La marque a modernisé le concept architectural de ses boutiques et s'emploie à étendre son réseau. En 2007, de nouveaux magasins franchisés ont ainsi été ouverts à Hong Kong, en Chine, au Vietnam, en Malaisie, à Singapour, au Bahreïn et en Afrique du Sud. Pour ce qui est des autres marchés, TAG Heuer a renforcé sa présence dans les grands magasins et chez les meilleurs détaillants multimarques.

Zenith

La Manufacture **Zenith** consolide sa croissance et affirme son positionnement dans la haute horlogerie. La marque réalise les progressions les plus importantes en Europe, en Chine, aux États-Unis, en Russie et au Moyen-Orient et améliore significativement son résultat opérationnel courant.

L'année 2007 a été dominée par le renforcement des lignes emblématiques de la maison, telles que les collections *Class* et *Chronomaster*, et par le déploiement de la nouvelle ligne *Defy* d'inspiration sportive qui remporte un grand succès et s'est vue récompenser au Grand Prix de l'Horlogerie de Genève. Zenith, qui avec cette ligne s'est ouvert un nouvel horizon, celui de la montre de sport revisitée par l'esprit du luxe, a également développé son offre en haute horlogerie, avec en particulier de nouveaux lancements de complications et de Tourbillons.

Montres Dior

Les **Montres Dior** poursuivent avec succès leur stratégie de création de montres de haut luxe liées à l'univers de la mode.

Élégance du design et originalité des matériaux, l'exceptionnelle réussite de la ligne *Chrystal* se confirme mondialement. L'alliance du cristal saphir et des diamants a permis la réalisation de pièces exclusives, recherchées mondialement. L'investissement publicitaire a été soutenu et bénéficie désormais de l'image rayonnante de Sharon Stone, ambassadrice de *Chrystal*.

La ligne *Chiffre Rouge* poursuit son développement axé sur une offre masculine exclusivement automatique.

Chaumet

Chaumet enregistre une croissance des ventes très soutenue dans l'ensemble de ses marchés et améliore très sensiblement son résultat opérationnel.

La marque a opéré avec succès le développement entrepris en Chine (Hong Kong, puis Shanghai en décembre 2007) et à Taiwan. Elle procède à la reprise du contrôle de sa distribution en Corée.

En ligne avec sa stratégie d'expansion ciblée, Chaumet a également réalisé des ouvertures de boutiques à Londres, à Singapour, en Russie et au Moyen-Orient, mais l'essentiel de la croissance des ventes provient de l'amélioration de la productivité de chaque magasin.

Afin d'ancrer fortement le style Chaumet, la créativité est centrée sur les lignes de produits stratégiques. Les nouvelles collections ont ainsi permis de consolider les icônes de la Maison, *Liens* et *Attrape-Moi* en joaillerie, *Dandy* et *Class One* en horlogerie.

De Beers

La marque **De Beers** confirme son potentiel de joaillier diamantaire. Sa croissance est très soutenue grâce au succès de ses collections ainsi que de ses créations alliant design original et diamants d'extrême qualité en haute joaillerie et sur le segment des bagues de fiançailles. La ligne *Talisman*, qui magnifie le diamant dans tous ses états, s'affirme comme une icône. De Beers a réalisé des ouvertures au Japon, à Séoul, Moscou, Hong Kong, Taipei, Houston, Washington, Dubaï et Djeddah. L'année 2007 a également été marquée par le lancement de sa première collection horlogère, le renouvellement de sa campagne publicitaire et la création d'un site Internet de vente aux États-Unis (www.debeers.com).

Fred

Fred enregistre une forte croissance en France. Cette dynamique est portée par le renouvellement de son offre avec les lignes *Princess K* et *Miss Fred*, par une nouvelle campagne publicitaire et par la modernisation de son concept de boutiques. La marque a ouvert ses premiers magasins en franchise à Pékin et à Dubaï. Elle a relancé, en fin d'année, sa gamme légendaire *Force 10*.

Perspectives

Poursuivre une croissance organique soutenue, continuer à gagner des parts de marché et consolider la rentabilité fortement accrue depuis quatre ans, tels sont les objectifs du groupe d'activités Montres et Joaillerie en 2008. Les investissements les plus importants seront consacrés à l'accroissement des capacités de production horlogères et à l'ouverture de magasins au cœur d'agglomérations et d'emplacements stratégiques.

TAG Heuer renforcera son intégration horlogère à la Chaux-de-Fonds et étendra son réseau de boutiques. Tout en accentuant sa montée en gamme horlogère, la marque lancera sa gamme de téléphones portables en partenariat avec la société Modelabs.

Zenith poursuivra la modernisation de sa Manufacture du Locle. **Chaumet** et **De Beers** développeront sélectivement leur réseau de magasins. Le lancement de nouvelles créations permettra de renforcer les gammes emblématiques de l'ensemble des marques horlogères et joaillères. **Christian Dior** présentera de nombreuses nouveautés dans la gamme *Chrystal*.

1.6 Distribution sélective

	2007	2006	2005
Ventes (en millions d'euros)	4 179	3 891	3 648
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	24	24	24
Europe (hors France)	10	9	8
États-Unis	39	40	40
Japon	3	3	3
Asie (hors Japon)	20	20	21
Autres marchés	4	4	4
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	439	400	347
Marge opérationnelle (en %)	10,5	10,3	9,5
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	236	175	131
Nombre de magasins			
Sephora	756	621	558
Autres	153	149	156

Faits marquants

Le groupe d'activités Distribution sélective enregistre une croissance organique de 12 % de ses ventes et améliore de 10 % son résultat opérationnel courant.

DFS étend sa couverture géographique à de nouveaux territoires : le Vietnam, marché ouvert courant 2007, l'Inde et Macao où il inaugurerait sa présence en 2008.

Confirmant le succès mondial de son concept, Sephora s'implante au Moyen-Orient et continue son expansion avec d'excellents résultats dans l'ensemble de ses marchés stratégiques.

Le Bon Marché réalise une année de forte croissance, portée par le dynamisme de l'ensemble de ses départements, et poursuit l'embellissement de ses espaces de vente.

Principaux développements

DFS

Dans un contexte de baisse des dépenses des voyageurs japonais pénalisés par la faiblesse de leur monnaie nationale, la croissance des ventes de DFS est portée par le développement du tourisme asiatique, avec, en particulier, la rapide montée en puissance des voyageurs en provenance de Chine. Le dynamisme de ces nouvelles clientèles, parfaitement anticipé et placé au centre de la stratégie du leader mondial du « travel retail », constitue un important relais de croissance. Afin de continuer à renforcer son attractivité sur ce segment de marché à fort potentiel, DFS a engagé des travaux d'agrandissement et d'embellissement de ses magasins situés à Hong Kong et Singapour.

Illustrant sa stratégie d'expansion au sein de nouveaux territoires, DFS a en outre inauguré sa présence au Vietnam, au travers d'un joint-venture, courant 2007 et s'est assuré l'exploitation, à partir de janvier 2008, des concessions de l'aéroport international de la ville indienne de Mumbai (Bombay).

Tout en poursuivant la construction de la luxueuse Galleria qui doit ouvrir en 2008 sur le site du Four Seasons Hotel à Macao, DFS travaille sur un autre projet d'implantation au sein de cette destination à fort potentiel, opportunité qui devrait se concrétiser en 2009.

Miami Cruiseline

Les ventes et la rentabilité de Miami Cruiseline sont en progression. La société, qui détient de fortes positions sur le marché des croisières, a ouvert de nouveaux espaces de vente à bord des navires. La montée en gamme de ses boutiques et les efforts entrepris pour adapter son offre à la clientèle des différentes compagnies de croisière demeurent la priorité et continuent de porter leurs fruits.

Sephora

Confirmant sa dynamique de croissance profitable, Sephora enregistre en 2007 une nouvelle hausse de ses ventes et continue d'améliorer sa marge opérationnelle. Présente sur trois continents, Sephora réalise une excellente année aussi bien en Europe qu'en Amérique du Nord et poursuit ses avancées au sein de nouveaux territoires à fort potentiel (Chine, Europe centrale et Moyen-Orient). Le réseau mondial de Sephora représente 756 magasins fin 2007. Les sites de vente en ligne Sephora.com (USA), Sephora.fr (France) et Sephora.cn (Chine) poursuivent leur développement.

Sephora enregistre en Europe une forte croissance à magasins comparables. Son expansion s'est poursuivie en 2007 avec l'ouverture nette de 67 magasins. Ces ouvertures ont été réalisées pour une grande part dans les pays où l'entreprise a déjà conquis de fortes positions et où réside encore un potentiel élevé (France, Pologne, Espagne, Italie, Roumanie...). Sephora a parallèlement inauguré sa présence au sein de nouveaux marchés : Slovaquie, Croatie, Serbie et Turquie.

L'implantation au Moyen-Orient constitue un autre temps fort de l'année 2007 : Émirats Arabes Unis, Qatar, Bahreïn, Arabie Saoudite et Oman ont vu leurs premières ouvertures avec des performances commerciales qui dépassent les attentes. Europe et Moyen-Orient confondus, ce sont donc neuf nouveaux pays qui constituent autant de relais de croissance.

Sur le continent américain, Sephora a réalisé 43 ouvertures en 2007, ce qui porte à 185 magasins la taille de son réseau (177 aux États-Unis et 8 au Canada). Sephora continue d'améliorer ses performances et d'augmenter ses parts de marché aux États-Unis, avec une croissance à deux chiffres à magasins comparables pour la septième année consécutive. Les magasins d'ouverture récente dépassent leurs objectifs, reflétant le ciblage efficace des implantations et, d'une manière générale, la capacité de Sephora à

optimiser son modèle de développement aux États-Unis. L'activité des magasins canadiens est elle aussi très dynamique.

Le succès commercial est également au rendez-vous en Chine. Sephora s'emploie à cerner au plus près les attentes de la clientèle chinoise, à élargir son offre en termes de marques et à renforcer l'attractivité de ses magasins, au nombre de 30 au 31 décembre 2007. Ces magasins sont principalement concentrés à Shanghai et Pékin, mais Sephora développe progressivement sa présence dans les villes de province.

Dans l'ensemble de ses zones d'implantation, Sephora a accentué sa stratégie de différenciation par l'innovation, l'exclusivité et le service, renforçant ainsi son statut d'expert en beauté. Cette politique est confortée par un investissement soutenu dans la formation des conseillers : sur tous les continents où Sephora est présente, une école interne offre à chacun un parcours de formation structuré en plusieurs niveaux permettant d'acquérir et d'approfondir les compétences indispensables pour devenir « coach en beauté ».

Le développement des produits de maquillage et de soin sous la marque Sephora constitue un ressort de croissance supplémentaire, unique par son importance au sein de son univers concurrentiel. L'important travail de rénovation et de modernisation de ses magasins accompli chaque année sans discontinuer contribue également au succès de l'enseigne, au même titre que l'efficacité de son programme de fidélisation : la carte de fidélité Sephora, proposée de façon sélective, et les services qui s'y attachent s'étendent progressivement à tous les pays européens et ont été introduits aux États-Unis en 2007.

Le Bon Marché

Le Bon Marché réalise en 2007 une croissance des ventes significative, doublée d'une amélioration de sa rentabilité. Tous les départements du grand magasin participent à cette progression.

En capitalisant sur son caractère unique et sur l'embellissement continu de ses espaces de vente, le magasin phare de la rive gauche s'impose donc un peu plus chaque année comme le lieu de référence du luxe et du prestige à Paris. Continuant à cultiver ses atouts, il a entrepris une transformation de grande ampleur du secteur dédié à la maison qui se déroulera sur trois ans. En 2007, une première tranche de rénovation du deuxième étage du magasin a ainsi été réalisée.

Les actions événementielles destinées à renforcer l'image du Bon Marché ont été poursuivies à un rythme soutenu. L'exposition Paris-Tokyo réalisée à l'automne a, en particulier, remporté un très vif succès.

Perspectives

DFS continuera en 2008 à concentrer ses efforts sur sa stratégie de montée en gamme et d'extension de sa couverture des clientèles asiatiques. La contribution du Vietnam en année pleine ainsi que les ouvertures de Macao et Mumbai (Bombay) permettent à DFS de se fixer un nouvel objectif de croissance profitable.

En 2008, Sephora poursuivra son expansion internationale à un rythme soutenu, tant dans ses pays clés qu'au sein de nouveaux territoires, et continuera de renforcer son offre sur des segments porteurs. Sephora a pour objectif d'accroître sa croissance profitable et, pour cela, s'appuiera résolument sur sa politique d'innovation et d'exclusivité.

Au Bon Marché, une deuxième tranche de travaux de rénovation du secteur de la maison se poursuivra jusqu'en septembre 2008. La dynamique de réouverture de ces nouveaux espaces contribuera à la croissance projetée. En outre, les secteurs très porteurs de la joaillerie et de la bijouterie seront agrandis. La Grande Épicerie de Paris développera ses activités et son offre de produits rares afin d'affirmer son caractère incomparable.

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, 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 2007 un coût de 16 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 et dans les autres 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 66 % des ventes de 2007.

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.

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 une 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 le pilotage de la politique de maîtrise de ces risques sont centralisés au sein de la Direction Financière.

2.2.1 Réduction des risques industriels

L'objectif constant du Groupe a été 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 le cadre duquel environ 250 jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2007.

Des plans de prévention et de protection intègrent, en outre, la continuité des activités et les 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 2007, 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 reporting 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.

Depuis 2004, le Groupe s'est doté d'un outil de cartographie des risques permettant l'identification systématique et documentée de ses risques opérationnels majeurs sur la base d'un référentiel

commun. Leur hiérarchisation en fonction de critères de gravité et de probabilité de survenance met en évidence les risques majeurs à traiter en priorité.

Cet outil d'information et d'alerte est aussi une aide à la décision puisque la mise en lumière des risques mais aussi des éventuelles faiblesses des processus de sécurisation et de protection permet aux dirigeants de mettre en œuvre des mesures correctives suffisamment en amont pour diminuer la probabilité de réalisation des risques identifiés.

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 0,35 % 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 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 50 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 50 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 risques liés à l'environnement et à la pollution accidentelle sont couverts dans le cadre de ce programme.

Dans les pays où il n'existe pas de couverture des accidents du travail dans le cadre d'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 continu des capitaux propres ;
 - la diminution de l'endettement net ;
 - le maintien à un niveau élevé de la part à long terme de la dette financière nette ;
 - l'augmentation de la trésorerie et équivalents et des placements financiers ;
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées.

Grâce aux fonds générés par l'exploitation au cours de l'exercice, la dette financière nette a été à nouveau réduite, passant de 3 400 millions d'euros fin 2006 à 3 094 millions d'euros fin 2007.

En outre, les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une progression de 8 % et atteignent 12 528 millions d'euros en fin d'année. Cette amélioration résulte de l'ampleur du résultat net réalisé en 2007, malgré la variation négative de l'écart de conversion consécutive à la dépréciation du dollar US vis-à-vis de l'euro entre la fin 2006 et la fin 2007 et le versement de dividendes pour un montant de 842 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 plus avantageux que les cours moyens de l'année pour ce qui concerne les principales devises de facturation : dollar américain et yen japonais.

- L'augmentation du recours au marché du billet de trésorerie français, tout en conservant une proportion élevée de financements à long terme au sein de l'endettement net du Groupe.
- Le maintien d'une politique de placement diversifiée qui s'est traduite au cours de l'exercice par l'augmentation à la fois du montant de la trésorerie et équivalents et des placements financiers. Les placements autres que monétaires sont en majorité réalisés avec un objectif de préservation du capital, de volatilité faible et de recherche d'une exposition modérée au mouvement général des marchés actions. Pour une part limitée, le Groupe détient, directement et par le biais de produits dérivés, des placements en actions. Dans l'ensemble, ces placements non monétaires ont eu au cours de l'année 2007 une performance satisfaisante.

- La maîtrise des frais financiers.

Le coût de la dette financière nette augmente en 2007 : il atteint 207 millions d'euros, contre 173 millions d'euros en 2006. Cette évolution résulte de la hausse des taux d'intérêt court terme, particulièrement en euro principale devise d'endettement du Groupe dont les taux 1 mois ont augmenté de plus de 30 % en moyenne en 2007. L'effet de cette hausse a dépassé celui de la baisse de la dette financière nette moyenne. Le Groupe a néanmoins limité en 2007 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 le résultat de cession d'actifs financiers, titres de placement ou titres détenus par des FCPR, ainsi que par les dividendes reçus, mais pour des montants moindres qu'en 2006. En outre, la comptabilisation de la variation de valeur de la partie inefficace des couvertures de change a pesé sur le résultat financier de façon nettement plus lourde 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 2007 de 0,35 euro dès décembre 2007 ;
 - proposition de versement d'un dividende brut par action de 1,60 euro au titre de l'exercice, en progression de 14,3 % par rapport à l'année précédente. 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 2007, 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 3,1 milliards d'euros environ au 31 décembre 2007. La dette brute est à hauteur de 47 % à taux fixe et à hauteur de 53 % 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 américain, 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 utilise parfois, de façon mesurée, des produits dérivés pour gérer ses positions. Les produits dérivés ainsi traités ont pour objectif, en règle générale, de réduire la sensibilité de la position à la variation des cours de Bourse. En particulier, des equity swaps sur l'action LVMH permettent de couvrir les plans de rémunération liées 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 court terme avant prise en compte des instruments dérivés soit 0,7 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 1,1 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 3,9 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 2007.

La capacité d'autofinancement générée par l'activité s'est élevée à 4 039 millions d'euros, contre 3 504 millions un an plus tôt, en progression de 15 %.

Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 2 932 millions d'euros, soit une augmentation de 15 % par rapport aux 2 546 millions constatés en 2006.

Les intérêts payés en 2007, à 191 millions d'euros contre 174 millions en 2006, augmentent du fait principalement de la hausse des taux d'intérêt euros, et ce malgré la baisse de l'encours moyen de la dette financière.

Les impôts payés s'élèvent à 916 millions d'euros en 2007, contre 784 millions en 2006, en raison de la progression du résultat avant impôt.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 474 millions d'euros. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie s'élevant à 565 millions d'euros, du fait principalement de la constitution de stocks d'eaux-de-vie de cognac et de vins de champagne et de la progression de l'activité. La variation

des créances clients génère quant à elle sur l'année un besoin de 197 millions d'euros, notamment chez Hennessy et chez Parfums Christian Dior, tandis que la variation du poste fournisseurs apporte 222 millions d'euros, notamment chez Hennessy, Louis Vuitton, les maisons françaises de parfum et Sephora.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est positive à hauteur de 2 458 millions d'euros.

Le solde net des opérations d'investissement et de cession - opérationnelles comme financières - se traduit par un décaissement de 1 293 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe, nets des cessions, représentent sur l'exercice un débours de trésorerie de 952 millions d'euros. L'augmentation de leur montant brut reflète la dynamique de développement du Groupe et de ses marques phares telles Louis Vuitton, Sephora et Parfums Christian Dior, ainsi que l'acquisition de la marque Belvedere aux États-Unis.

Les acquisitions d'investissements financiers ont excédé les cessions de 12 millions d'euros. Le solde des incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés constitue un emploi d'un montant de 329 millions d'euros, tenant principalement à l'acquisition du groupe Les Echos, des 6 % de Fendi non encore détenus par LVMH et de 55 % de Wen Jun Spirits en Chine.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 827 millions d'euros.

Les cessions de titres LVMH et assimilés effectuées par le Groupe, nettes des acquisitions, ont permis d'encaisser 14 millions d'euros. Comme en 2006, 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 2007 par LVMH S.A., hors actions d'autocontrôle, se sont élevés à 686 millions d'euros dont 520 millions en mai au titre du solde du dividende 2006 et 166 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2007. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 156 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.

Le solde de ces opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, incluant le versement du dividende, se traduit par un excédent de ressources de 338 millions d'euros.

Par ailleurs, des emprunts et des dettes financières ont été amortis en 2007 pour un montant de 1 700 millions d'euros, et 278 millions d'euros ont été investis en placements financiers.

À l'inverse, des ressources financières ont été dégagées au moyen de l'émission ou de la souscription d'emprunts et dettes financières, qui ont permis de recueillir 2 006 millions d'euros. Le Groupe a notamment procédé en novembre 2007 à une émission obligataire publique à 6 ans d'un montant nominal de 300 millions de francs suisses. En outre, le Groupe a augmenté le recours à son programme

de billets de trésorerie français, et LVMH K.K. a développé au Japon un programme de papier commercial en substitution des placements privés réalisés dans le cadre du programme d'Euro Medium Term Notes.

À l'issue des opérations de l'année 2007, la trésorerie nette s'élève à 1 087 millions d'euros, en progression sensible par rapport aux 765 millions détenus fin 2006.

3.3 Structure financière

Le total du bilan consolidé de LVMH, présenté dans les comptes consolidés, s'élève au 31 décembre 2007 à 30,7 milliards d'euros, en progression de 6,8 % par rapport au 31 décembre 2006.

L'actif immobilisé représente 20,3 milliards d'euros, contre 19,6 milliards fin 2006. Il atteint ainsi 66 % du total du bilan, contre 68 % un an plus tôt.

Les immobilisations corporelles et incorporelles augmentent légèrement à 18,2 milliards d'euros, contre 17,9 milliards fin 2006. Les marques et autres immobilisations incorporelles représentent 8,0 milliards d'euros contre 8,2 milliards au 31 décembre 2006. L'incidence baissière des variations des parités monétaires sur les marques et autres immobilisations incorporelles comptabilisées en dollar US, telles la marque Donna Karan et l'enseigne DFS, l'emporte sur l'effet positif de l'achat de la marque Belvedere aux États-Unis.

Le montant des écarts d'acquisition progresse à 4,8 milliards d'euros, contre 4,5 milliards fin 2006. Cette évolution résulte notamment de l'augmentation des écarts d'acquisition liés aux engagements d'achat de titres de minoritaires et de l'acquisition de Wen Jun Spirits en Chine, tempérée par les effets de change sur les écarts d'acquisition comptabilisés en dollar US, tels ceux de Donna Karan et de Miami Cruiseline.

Les immobilisations corporelles augmentent à 5,4 milliards d'euros contre 5,2 milliards un an plus tôt. Cette croissance provient principalement des investissements opérationnels de Louis Vuitton, Sephora, Parfums Christian Dior et DFS dans leurs réseaux de distribution et de ceux de Hennessy et de Moët & Chandon dans leurs outils de production, qui excèdent les dotations aux amortissements de l'année et les effets des variations de change.

Le total des participations dans les sociétés mises en équivalence, des investissements financiers, des autres actifs non courants et des impôts différés, progresse à 2,0 milliards d'euros fin 2007, contre 1,7 milliard fin 2006. Cette progression résulte principalement de l'acquisition du groupe de presse Les Echos, qui figure en investissements financiers au 31 décembre 2007 et qui sera consolidé en 2008.

Les stocks s'élèvent à 4,8 milliards d'euros, contre 4,4 milliards fin 2006, en raison de la croissance vigoureuse de l'activité, et de

la poursuite de la constitution de stocks d'eaux-de-vie de cognac et, dans une moindre mesure, de vins de champagne.

Les créances clients atteignent 1,6 milliard d'euros, contre 1,5 milliard fin 2006, reflétant la progression du chiffre d'affaires.

Les placements de trésorerie, hors placements financiers, augmentent à 1,6 milliard d'euros, contre 1,2 milliard au 31 décembre 2006.

Les capitaux propres part du Groupe avant affectation du résultat progressent à 11,6 milliards d'euros contre 10,6 milliards fin 2006, grâce à l'important résultat net part du Groupe de l'année et malgré la variation négative de l'écart de conversion entraînée par la baisse du dollar US vis-à-vis de l'euro et le versement de dividendes pour un montant de 0,7 milliard d'euros, en hausse de 0,1 milliard par rapport à 2006.

Les intérêts minoritaires diminuent légèrement, à 0,9 milliard d'euros contre 1,0 milliard un an plus tôt. Cette diminution résulte de l'effet du recul de la monnaie américaine sur les intérêts minoritaires dans DFS qui, additionné aux dividendes versés, excède la part des minoritaires dans le résultat 2007.

Le total des capitaux propres s'établit ainsi à 12,5 milliards d'euros, représentant 41 % du total de bilan contre 40 % un an auparavant.

Les passifs non courants s'élèvent à fin 2007 à 10,4 milliards d'euros, dont 2,5 milliards au titre de la dette financière, contre respectivement 10,8 milliards et 3,2 milliards à fin 2006. La diminution de la dette financière à long terme provient pour l'essentiel du reclassement en court terme de dettes financières venant à échéance en 2008. Les engagements d'achat de titres de participation constituent l'essentiel du poste « Autres passifs non courants », à commencer par l'engagement de rachat avec une décote de 20 % et un préavis de 6 mois accordé à Diageo quant à sa participation de 34 % dans Moët Hennessy. La part relative des passifs non courants dans le total de bilan diminue à 34 % de celui-ci, contre 38 % un an plus tôt.

Les capitaux permanents atteignent ainsi 23,0 milliards d'euros, et dépassent le montant des actifs non courants.

Les passifs courants s'établissent à 7,8 milliards d'euros, contre 6,4 milliards fin 2006, en raison notamment du passage en dette financière à court terme d'un emprunt obligataire émis en 2001 pour une durée originelle de 7 ans et de l'augmentation des comptes fournisseurs consécutive à la croissance de l'activité et des achats d'eaux-de-vie. Leur part dans le total de bilan augmente pour atteindre 25 %.

La dette financière à court et à long terme, y compris la valeur de marché des produits dérivés de taux, et nette des placements financiers et de la trésorerie, ressort au 31 décembre 2007 à 3,1 milliards d'euros contre 3,4 milliards un an plus tôt. Elle représente 25 % du montant des capitaux propres, contre 29 % à fin 2006.

La part de la dette financière à long terme dans l'endettement total du Groupe représente plus de 70 % du total de la dette nette.

À fin 2007, les lignes de crédit confirmées s'élèvent à 4,1 milliards d'euros, dont seul 0,2 milliard d'euros fait l'objet de tirage. Il en résulte un montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées de 3,9 milliards d'euros, qui couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2007 atteint 1,1 milliard d'euros.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

La stratégie du Groupe LVMH est axée sur le développement de marques ou d'enseignes de distribution sélective à fort potentiel. Ces marques prestigieuses et ces enseignes 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 à la clientèle 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 pour le Groupe dans son ensemble ont représenté les montants suivants, en valeur absolue et en pourcentage des ventes :

	2007	2006	2005
Dépenses de communication et promotion :			
- en millions d'euros	1 953	1 783	1 541
- en % des ventes	11,8	11,6	11,1

Ces frais englobent essentiellement le coût des campagnes publicitaires, notamment à l'occasion du lancement de nouveaux produits, ainsi que le coût des opérations de relations publiques et de promotion, et celui 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)	2007	2006	2005
Frais de recherche et développement	46	43	38

Ces montants couvrent principalement les dépenses de recherche scientifique et de développement des produits de soins et de maquillage de 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 :

	2007	2006	2005
Investissements industriels et dans les réseaux de distribution:			
- en millions d'euros	990	771	707
- en % de la capacité d'autofinancement	24,5	22,0	22,9

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 exclusivement dans ses magasins. La commercialisation des produits des autres marques du Groupe est assurée par des agents, grossistes ou distributeurs pour les activités de gros, et par un réseau de boutiques en propre ou de franchises pour les activités de vente au détail.

En 2007, les investissements opérationnels ont principalement porté sur les points de vente. Louis Vuitton a porté son réseau de magasins à 390, cette augmentation reflétant vingt-deux ouvertures nettes, et a rénové une quarantaine de magasins. Par ailleurs, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 756 magasins à fin 2007 contre 621 à fin 2006. Parfums Christian Dior a poursuivi le renouvellement de ses mobiliers commerciaux pour promouvoir la nouvelle image de la marque. DFS a rénové ses Galleria de Hong Kong et de Singapour.

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

5. DONNÉES SOCIALES

Des travaux ont été menés en 2007 afin de continuer à renforcer la qualité et la fiabilité du reporting mondial. Ces travaux ont permis de formaliser la cohérence du reporting social et du reporting financier ; le périmètre du reporting financier couvre désormais la totalité des effectifs du Groupe présents dans les entités en intégration globale et proportionnelle, mais ne comprend pas les mises en équivalence.

La définition des indicateurs Ressources Humaines a également été approfondie afin de minimiser les effets des différences récurrentes existant d'un pays à l'autre. De nouveaux contrôles informatiques ont été développés assurant meilleure fiabilité et cohérence des informations saisies. 504 entités organisationnelles, couvrant plus de 99 % de l'effectif mondial, participent à l'élaboration du reporting social et des indicateurs définis ci-dessous.

5.1 Répartition et évolution de l'effectif

5.1.1 Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2007 est de 71 885 collaborateurs. Il se répartit en 63 552 personnes sous contrat à indéterminée (CDI) et 8 333 sous contrat à durée déterminée (CDD). 9 928 salariés travaillent à temps partiel, soit 14 % de l'ensemble du personnel. La part des effectifs hors de France atteint 74 % des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen 2007 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 63 464 personnes, en augmentation de 10,9 % par rapport à 2006.

Les principales évolutions proviennent du développement organique et de l'ouverture de nouveaux magasins principalement en Europe, Asie et États-Unis. Les groupes d'activités de Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie et Distribution sélective enregistrent une croissance des effectifs moyens supérieure à 10 %. Parmi les variations de périmètre de 2007, on notera l'acquisition de Wen Jun Spirits en Chine et les cessions d'Omas et de La Tribune.

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⁾	2007	%	2006	%	2005	%
Vins et Spiritueux	6 313	9	5 521	9	5 134	8
Mode et Maroquinerie	20 803	29	17 951	28	18 071	31
Parfums et Cosmétiques	15 719	22	14 747	23	13 628	22
Montres et Joaillerie	2 014	3	1 882	3	1 844	3
Distribution sélective	26 323	36	23 275	36	21 544	35
Autres activités	713	1	877	1	867	1
Total	71 885	100	64 253	100	61 088	100
Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾						
Vins et Spiritueux	6 780	11	5 462	9	5 144	9
Mode et Maroquinerie	19 028	30	16 904	30	17 182	31
Parfums et Cosmétiques	14 275	23	13 453	24	12 771	23
Montres et Joaillerie	1 994	3	1 836	3	1 767	3
Distribution sélective	20 494	32	18 612	32	17 540	32
Autres activités	893	1	938	2	952	2
Total	63 464	100	57 205	100	55 356	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⁾	2007	%	2006	%	2005	%
France	19 044	26	18 992	30	18 919	31
Europe (hors France)	16 245	23	13 168	21	12 741	21
États-Unis	16 136	23	14 217	22	13 103	21
Japon	4 929	7	4 596	7	4 621	8
Asie (hors Japon)	13 084	18	11 073	17	10 059	16
Autres marchés	2 447	3	2 207	3	1 645	3
Total	71 885	100	64 253	100	61 088	100

Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾

France	18 538	29	18 448	32	18 423	33
Europe (hors France)	13 771	22	11 181	20	11 002	20
États-Unis	12 203	19	11 024	19	10 533	19
Japon	5 008	8	4 563	8	4 591	8
Asie (hors Japon)	11 775	19	9 990	17	9 150	17
Autres marchés	2 169	3	1 999	4	1 657	3
Total	63 464	100	57 205	100	55 356	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⁾	2007	%	2006	%	2005	%
Cadres	11 233	15	10 335	16	9 548	15
Techniciens, Responsables d'équipe	7 050	10	6 282	10	6 021	10
Employés administratifs, Personnel de vente	43 667	61	39 106	61	36 513	60
Personnel de production	9 935	14	8 530	13	9 006	15
Total	71 885	100	64 253	100	61 088	100

Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾

Cadres	11 244	18	10 035	17	9 386	17
Techniciens, Responsables d'équipe	6 689	10	6 078	11	5 796	10
Employés administratifs, Personnel de vente	35 927	57	32 634	57	31 164	57
Personnel de production	9 604	15	8 458	15	9 010	16
Total	63 464	100	57 205	100	55 356	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	12,2	7,3	11,5	19,7	6,1	14,0	10,8
25 - 29 ans	20,3	14,8	17,9	21,6	28,4	26,1	23,5
30 - 34 ans	19,0	16,5	21,4	14,7	30,1	20,7	20,8
35 - 39 ans	15,2	15,9	17,9	11,6	16,2	14,5	16,6
40 - 44 ans	11,9	15,0	12,3	9,5	9,1	10,6	11,2
45 - 50 ans	8,9	12,4	8,5	7,9	5,7	6,7	7,3
50 - 54 ans	6,5	10,0	5,2	6,1	2,7	4,4	5,6
55 - 59 ans	4,3	7,2	3,4	4,6	1,6	2,0	2,5
60 ans et plus	1,8	1,0	1,8	4,4	0,2	1,0	1,6
	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 11 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 les récentes implantations 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	56,9	34,1	59,4	74,6	54,4	67,5	64,7
5 - 9 ans	21,5	26,0	24,5	14,7	29,9	16,6	21,4
10 - 14 ans	8,0	10,9	7,7	4,8	7,6	8,0	6,0
15 - 19 ans	6,1	11,2	4,5	2,9	5,4	4,6	3,3
20 - 24 ans	3,2	6,9	1,6	1,6	1,9	1,9	2,6
25 - 30 ans	2,2	5,2	1,2	0,9	0,6	1,0	1,1
30 ans et plus	2,2	5,7	1,3	0,5	0,2	0,5	1,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ancienneté moyenne	7	11	6	5	6	5	6

(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.

Dans la logique de cette politique, les sociétés du Groupe ont participé en 2007 à une centaine de manifestations organisées sur les campus des universités, écoles d'ingénieurs, de commerce et de création. Ces rencontres avec les jeunes permettent de renforcer la connaissance du Groupe et de ses sociétés, de faire partager la richesse de ses métiers et l'attractivité des opportunités de carrière proposées. Ainsi, pour la deuxième année consécutive, l'enquête Universum 2007 réalisée auprès de 10 300 étudiants de 84 grandes écoles françaises a classé LVMH en tête des sociétés préférées des jeunes issus d'écoles de commerce. À l'étranger, des actions similaires ont été menées aux États-Unis (Columbia, Harvard, Stanford, Wharton, Kellogg), au Brésil (FGV), au Japon (Waseda, Keiko, Sophia, Hitotsubashi, Tokyo) et dans les grandes universités d'Asie (Tsinghua, CKGSB, BiMBA, Fudan).

En ligne depuis juin 2006, les pages « LVMH recrute » du site Internet permettent de consulter les annonces et de postuler en ligne. Toutes les sociétés du Groupe à travers le monde publient sur le site leurs offres d'emploi mais aussi leurs offres de stages, de volontariats internationaux en entreprise (VIE) et d'apprentissages.

Chaque jour, plus de 5 000 visiteurs effectuent des recherches, consultent des offres, s'inscrivent à des alertes ; 320 candidats complètent un dossier en ligne et postulent à une ou plusieurs offres.

En 2007, les recrutements ont concerné près de 16 000 personnes sous contrat à durée indéterminée dont plus 2 077 en France. 4 447 personnes sous contrats 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 14 334 en 2007, dont près de la moitié dans la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (77 %) et le licenciement individuel (11 %).

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 %)	2007	France	Europe ⁽⁴⁾	USA	Japon	Asie ⁽⁵⁾	Autres marchés	2006	2005
Turnover global ⁽¹⁾	22,4	11,3	20,2	38,2	15,7	27,3	16,1	20,2	20,2
dont : turnover volontaire ⁽²⁾	17,4	6,2	15,5	31,9	13,2	23,0	9,0	14,6	14,7
turnover involontaire ⁽³⁾	4,4	3,9	4,3	5,8	2,3	4,1	7,0	4,9	4,9

(1) Tous motifs.

(2) Démissions.

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

(4) Hors France.

(5) Hors Japon.

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

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Vins et Spiritueux	983	923	794	742	580	619
Mode et Maroquinerie	4 811	3 611	3 631	3 512	3 356	3 354
Parfums et Cosmétiques	3 064	2 254	2 649	2 635	2 070	2 102
Montres et Joaillerie	440	318	309	295	302	242
Distribution sélective	9 420	6 502	6 217	7 071	5 395	4 483
Autres activités	106	83	43	79	83	32
Total	18 824	13 691	13 643	14 334	11 786	10 832
France	2 714	1 983	1 721	2 051	1 707	1 788
Europe (hors France)	3 573	2 546	2 728	2 675	2 348	2 171
États-Unis	6 144	4 909	4 640	5 079	4 069	3 612
Japon	654	620	482	616	551	695
Asie (hors Japon)	5 009	3 109	3 881	3 517	2 793	2 387
Autres marchés	730	524	191	396	318	179
Total	18 824	13 691	13 643	14 334	11 786	10 832

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 LVMH, leur identité ainsi que leur expertise métier dans des domaines d'activités variés, valorisent ces deux formes de mobilités. Aujourd'hui près de la moitié des postes de cadres sont pourvus par mobilité interne et près de 700 mobilités ont été mises en œuvre en 2007 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 à travers notamment de formations qualifiantes ou diplômantes. Plus de 3 250 collaborateurs ont été promus en 2007, soit environ 5 % de l'effectif.

5.2 Temps de travail

5.2.1 Aménagement du temps de travail

Au niveau mondial 17 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 21 % 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 (en %)	Effectif mondial	France	Europe ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	17	37	18	6	10	3	1
Temps partiel	17	12	21	34	0,5	9	14
Travail en horaires alternants, en équipe ou de nuit	21	8	6	20	29	55	9

(1) Hors France.

(2) 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	38	56	54	3
Temps partiel	12	3	6	24	7
Travail en horaires alternants, en équipe ou de nuit	8	1	6	3	21
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	20	-	20	13	46

5.2.2 Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 33 millions d'euros, soit en moyenne 1,6 % de la masse salariale mondiale. La répartition varie de 1,4 % à 2,3 % 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	1,6	1,4	2,0	1,6	2,3	1,5	1,0

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

5.2.3 Absentéisme

Le taux global d'absentéisme du Groupe LVMH, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, se situe à 4,7 %. Il est en légère augmentation par rapport aux années précédentes

(4,1 % en 2006 et 4,3 % en 2005). Cette dégradation est due aux deux causes principales d'absence que sont la maladie et la maternité, principalement aux États-Unis et en Asie.

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

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

(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 %)	2007	2006	2005
Moins de 1 500 euros	12,7	20,5	24,6
De 1 501 à 2 250 euros	38,5	30,7	31,4
De 2 251 à 3 000 euros	17,9	19,2	18,5
Plus de 3 000 euros	30,9	29,6	25,5
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)	2007	2006	2005
Masse salariale brute - Contrats à durée déterminée ou indéterminée	2 077,1	1 965,9	1 879,5
Charges sociales patronales	550,8	504,7	460,5
Travail temporaire	101,7	85,0	92,3
Total frais de personnel	2 729,6	2 555,6	2 432,3

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire reste stable et représente 6,6 % du total de la masse salariale dans le monde, y compris charges sociales.

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 2007 une charge globale de 91,0 millions d'euros, en progression de 7 % par rapport à 2006.

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Participation	50,5	46,5	43,6
Intéressement	35,2	33,7	27,0
Abondement aux plans d'épargne	5,4	4,9	4,2
Total	91,1	85,1	74,8

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

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, LVMH accorde une importance toute particulière à la diversité car elle constitue une richesse et un atout. Chacune de ses marques évolue dans un environnement de travail multiculturel stimulant, afin d'anticiper puis de répondre pleinement aux besoins de ses clients internationaux. Pour cette raison, les sociétés du Groupe recrutent et développent les meilleures compétences internationales afin de mieux saisir les différentes sensibilités culturelles et d'en faire un avantage concurrentiel décisif. Cette recherche d'enrichissement mutuel des cultures, des origines et des savoirs s'inscrit dans la politique de Diversité que développent les sociétés du Groupe. Cette volonté s'est particulièrement traduite en 2007 par le travail collectif de sept groupes « Responsabilité Sociale de l'Entreprise » impliquant les équipes Ressources Humaines des sociétés participantes. Cette dynamique de sensibilisation, de partage des bonnes pratiques et de développement de nouveaux moyens d'action s'est particulièrement concrétisée lors de la première Convention de la Responsabilité Sociale organisée par le Groupe en décembre 2007.

Enfin, pour la deuxième année consécutive, un reporting mondial a été réalisé sur la base des indicateurs de performance du GRI 3 en matière de droits humains et de pratiques de travail.

5.4.1 L'égalité homme - femme

La proportion de l'effectif féminin reste stable depuis plusieurs années et se situe à 72 % de l'ensemble du personnel du Groupe. Cette proportion se reflète également dans les recrutements puisqu'on dénombre 74 % de femmes parmi les collaborateurs recrutés en 2007. 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 (81 % de femmes), la distribution de produits de luxe (79 % de femmes) ou la mode et maroquinerie (74 % de femmes). À l'opposé, les emplois masculins sont majoritaires dans les métiers des vins et spiritueux et représentent 66 % 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		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	45	40	38	34	33	32
Mode et Maroquinerie	71	71	71	74	74	74
Parfums et Cosmétiques	83	86	84	81	81	80
Montres et Joaillerie	57	56	58	56	56	55
Distribution sélective	77	81	80	79	79	77
Autres activités	54	57	45	53	53	53
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	59	60	57	57	57	56
Techniciens / Responsables d'équipe	67	70	70	69	70	69
Employés administratifs / Personnel de vente	79	81	82	80	81	80
Personnel de production	58	65	45	62	62	62
Répartition par zone géographique						
France	71	69	69	67	67	67
Europe (hors France)	76	80	79	76	75	75
États-Unis	72	76	73	73	73	70
Japon	79	82	79	77	77	76
Asie (hors Japon)	76	78	80	75	77	76
Autres marchés	69	59	63	61	61	60
Groupe LVMH	74	76	75	72	72	71

(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 se situe à 57 % des cadres, comme l'année précédente. Cette tendance se confirme puisqu'en 2007, 59 % des cadres recrutés sont des femmes.

L'égalité professionnelle est également présente dans les évolutions de carrière. C'est ainsi que 71 % des collaborateurs promus en 2007 sont des femmes.

Les femmes sont également présentes à hauteur de 28 % dans les Comités de Direction et six sociétés du Groupe ont à leur tête une Présidente : Veuve Clicquot Ponsardin, Fred, Montres Dior, Kenzo Parfums, e-Luxury et Acqua di Parma.

5.4.2 La gestion des seniors

L'existence de différentes générations d'artisans et de professionnels du luxe contribue de manière active et efficace à la transmission des savoir-faire du Groupe. Les sociétés encouragent cette pratique et la soutiennent notamment à travers la mise en place d'actions de tutorat confiées aux seniors. Ainsi, Moët Hennessy Diageo a mis en place une Commission Seniors dont l'objectif est de travailler et de veiller à leur non-discrimination, en termes de rémunération, formation ou évolution professionnelle.

Dans le monde, 12,6 % des collaborateurs du groupe LVMH ont plus de 50 ans. Cette population représente 18,2 % de l'effectif en France.

5.4.3 L'emploi des personnes handicapées

La création cette année de la « Mission Handicap LVMH » marque l'engagement du Groupe en faveur de l'emploi des personnes handicapées. Cette association apporte aux Ressources Humaines des sociétés du Groupe un soutien opérationnel permettant de faciliter le recrutement et le maintien en emploi des collaborateurs handicapés, et de développer la sous-traitance aux secteurs adaptés et protégés. Près de dix Maisons du Groupe ont participé à « La Semaine Pour l'Emploi des Personnes Handicapées » à l'occasion du salon de recrutement de l'ADAPT à Paris et à d'autres actions en régions.

Plusieurs initiatives accompagnent le retour à l'emploi des salariés qui rencontrent des problèmes de santé au travail : l'ERIM (Espace Reclassement Interne Mobilité) chez Moët et Chandon, et deux ateliers industriels aménagés chez Parfums Christian Dior. Des programmes de prévention sont déployés sur plusieurs sites de production, notamment dans les ateliers Louis Vuitton.

Parfums Givenchy a développé des partenariats de proximité avec les acteurs de l'emploi des personnes handicapées. Le Bon Marché a sensibilisé l'ensemble d'une équipe à la LSF (Langue des Signes Française) afin d'intégrer dans les meilleures conditions un jeune sourd.

Hennessy a accueilli plusieurs stagiaires d'un Institut Médico-Professionnel afin de leur faire découvrir les métiers de la Maison.

Le personnel handicapé représente 0,9 % de l'effectif mondial. En France, ce taux est de 1,8 % et les prestations sous-traitées à des ESAT ou des entreprises adaptées ont représenté un montant de 2,8 millions d'euros en 2007 en progression de plus de 16 % par rapport à l'année dernière.

5.5 Formation

Les sociétés du Groupe proposent un large éventail de formations permettant aux collaborateurs de développer leurs compétences professionnelles, leurs savoir-faire « métier » d'artisans et de créateurs, et de partager une vision commune. Au niveau mondial, le Groupe propose une offre étendue de formation en management, techniques de vente, marketing, gestion de projet, langues étrangères... spécifiquement adaptée aux besoins et aux métiers de chaque Maison. Les séminaires sont animés par des formateurs externes, et notamment les professeurs les plus réputés mondialement, mais également par des managers du Groupe considérés comme des experts dans leur domaine de compétence. Ces formations sont organisées par le centre de formation du groupe d'activités ou les centres de formation régionaux en Asie, Japon, États-Unis, France, Royaume Uni, Espagne, Italie et sont réparties uniformément entre les niveaux hiérarchiques et entre les hommes et les femmes.

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	2007	2006	2005
Investissement formation (en millions d'euros)	54,7	52,1	44,6
Part de la masse salariale (en %)	2,7	2,8	2,3
Nombre moyen de jours de formation par salarié	3,8	3,5	3,5
Coût moyen de la formation par salarié (en euros)	759	803	737
Salariés formés au cours de l'année (en %)	70,0	70,6	72,3

L'investissement formation réalisé en 2007 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 54,7 millions d'euros, soit 2,7 % de la masse salariale, en progression de 5 % par rapport à 2006.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein a été d'environ 760 euros et a permis la réalisation de plus de 275 700 journées de formation en 2007.

70 % des salariés ont eu accès à la formation en 2007 et le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 3,8 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)	23,9	11,7	8,1	3,4	6,5	1,1
Part de la masse salariale (en %)	3,7	2,7	1,5	2,3	2,8	2,1
Salariés formés au cours de l'année (en %)	74,0	63,0	66,0	87,0	68,0	80,0
dont : Cadres	70	67	74	81	68	81
Techniciens et Responsables d'équipe	68	64	33	85	52	82
Employés administratifs et Personnel de vente	74	67	73	87	74	81
Personnel de production	82	50	10	NA	33	77

(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. Plus de 19 500 salariés ont bénéficié de tels séminaires en 2007.

5.6 Hygiène et sécurité

En 2007, il a été dénombré 989 accidents de travail ou de trajets avec arrêt de travail, en recul de 19 % par rapport à l'année dernière. Ils se sont traduits par 24 405 journées de travail perdues.

La répartition des accidents 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	224	21,13	0,73
Mode et Maroquinerie	184	5,80	0,14
Parfums et Cosmétiques	178	7,46	0,17
Montres et Joaillerie	20	5,96	0,07
Distribution sélective	374	10,16	0,21
Autres activités	9	6,00	0,08
Répartition par zone géographique			
France	514	17,32	0,51
Europe (hors France)	187	8,10	0,15
États-Unis	65	2,88	0,05
Japon	5	0,69	0,01
Asie (hors Japon)	123	5,81	0,15
Autres marchés	95	22,69	0,31
Groupe LVMH	2007	989	9,17
	2006	1 175	12,79

(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.

(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.

Plus de 13 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en 2007. 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 37 millions d'euros soit 1,4 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Près de 15 500 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe dans le monde.

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 2007, les représentants du personnel ont participé à plus de 1 650 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'Entreprise	553
Délégués du Personnel	513
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	143
Autres	443
Total	1 652

Ces réunions ont notamment permis la signature de 99 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 2007, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 12,4 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 10,6 millions d'euros.

5.8 Relations avec les tiers

5.8.1 Relations avec les fournisseurs

L'essentiel des activités de production du Groupe est implanté en France, en Italie et en Espagne. De même, 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.

LVMH entend promouvoir auprès de la totalité de ses fournisseurs des partenariats responsables et s'assurer de leur application effective. Depuis plusieurs années, des sociétés du groupe (Moët & Chandon, Louis Vuitton, Fendi, Glenmorangie, Parfums Christian Dior, Sephora, TAG Heuer...) ont mis en place des chartes fournisseurs et des codes de bonne conduite. À titre d'exemple, Moët & Chandon 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. En 2007, 48 audits ont été réalisés. 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.

Au-delà des chartes fournisseurs et codes de bonne conduite mis en place spécifiquement par certaines sociétés du Groupe, une démarche commune a été initiée en 2007. Sous l'impulsion de la Direction Générale, les principaux responsables achats du Groupe ont été mobilisés, afin de concrétiser plus fortement l'engagement de LVMH au regard des conventions fondamentales de l'OIT. Au-delà du partage des bonnes pratiques, cette mobilisation a permis de franchir une étape en matérialisant l'ensemble des exigences constituant un socle commun auquel chacun devra se référer dans le cadre des relations entretenues avec ses fournisseurs.

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 nos marques, de nombreux emplois commerciaux sont créés dans l'ensemble des pays où nous sommes présents, en particulier dans le cadre de l'extension du réseau de magasins en propre.

En France, La Samaritaine, qui a été contrainte de cesser ses activités pour des raisons de sécurité, a mis en place un dispositif exceptionnel d'accompagnement afin de trouver une solution de redéploiement professionnel adaptée à la situation individuelle de chaque salarié. Ce dispositif a fait l'objet d'un accord d'entreprise signé par la majorité des organisations syndicales le 6 février 2006. En février et en octobre 2007, plusieurs accords ont été signés pour enrichir ce plan de mesures complémentaires d'accompagnement.

À la fin de l'année 2007, on compte seulement sept personnes pour lesquelles un redéploiement n'a pas encore été identifié.

Les licenciements pour motif économique représentent 3 % des départs toutes causes confondues et il n'y a pas eu de licenciement collectif significatif en 2007.

De nombreuses sociétés du Groupe de grande taille 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 de nos métiers. 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 poursuivi son objectif d'augmentation du nombre d'apprentis. En 2007, près de 370 nouveaux contrats en alternance ont été signés dans l'ensemble des sociétés du Groupe en France, soit une augmentation de près de 50 % par rapport à l'année dernière. 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, ...), 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, ...) 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, les actions de proximité dans les établissements d'enseignement secondaire se sont développés en particulier avec les collèges classés « Ambition Réussite » (Celine, La Grande Épicerie de Paris) et d'autres sociétés sont également à l'initiative de la création de plusieurs cursus scolaires dans les différentes régions où elles interviennent.

Cette année, en partenariat avec « Nos quartiers ont des Talents », Guerlain, Parfums Givenchy, La Grande Épicerie de Paris... ont lancé une opération de parrainage de jeunes diplômés issus de quartiers populaires. À ce jour 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.) comme définie 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 2007 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, ainsi que Le Bon Marché et les principaux magasins de DFS et Fendi ;
- les principaux sites administratifs situés en France.

En 2007 le périmètre comprend 415 sites (412 sites en 2006) ; 23 sites du périmètre décrit ci-dessus étant exclus. Les évolutions du périmètre par rapport à 2006 sont constituées de l'intégration des magasins français de Guerlain, d'un atelier Louis Vuitton, d'un nouveau site administratif Moët-Hennessy, d'un nouveau site Celine et des cessions d'Omas, de certains sites Laflachère et de la plateforme logistique KAMI.

Le reporting de 2007 n'intègre pas les éléments suivants :

- 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 ;

- 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 ;
- certains magasins, représentant 61 % des surfaces de vente ;
- certains sites, généralement non relatifs à la production, notamment de Pucci, Make Up For Ever, Berluti, Donna Karan et Wen Jun Spirits.

Par rapport au périmètre de consolidation comptable, le périmètre environnement couvre en 2007 :

- 91 % en nombre des sites de production, entrepôts et sites administratifs du Groupe ;
- 39 % de la totalité des surfaces de vente du Groupe.

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 annuel du Groupe fait 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 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. L'évaluation des consommations d'eau à des fins agricoles résulte d'estimations moins précises que celles relatives aux consommations « process ».

(en m ³)		2007	2006	Évolution (%)
Besoins process <input checked="" type="checkbox"/>		2 400 133	2 464 175	(3)
Besoins agricoles (irrigation des vignes) <input checked="" type="checkbox"/>		6 875 388	6 870 975	-

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a diminué de 3 % en valeur absolue en 2007 et atteint environ 2,40 millions de m³. À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les prélèvements d'eau représentent environ 3,8 milliards de m³ (données IFEN, 2005).

Chez Hennessy, la réfection et la mise en circuit fermé du réseau de refroidissement de la distillerie de Bagnolet ont permis de

réduire la consommation d'eau de plus de 35 %, soit plus de 50 000 m³. En outre, Hennessy récupère désormais les eaux chaudes de distillation, d'une part pour le chauffage des bureaux, d'autre part pour le process de production d'eau pure osmosée utilisée dans la réduction des eaux-de-vie.

Consommation d'eau par groupe d'activités

(besoins process, en m ³)	2007	2006	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	1 418 267	1 428 090	(1)
Parfums et Cosmétiques	369 952	348 996	6
Mode et Maroquinerie	172 206	231 986	(25)
Montres et Joaillerie	17 585	15 700	12
Distribution sélective	404 529	423 631	(5)
Holding	17 594	15 772	12
Total <input checked="" type="checkbox"/>	2 400 133	2 464 175	(3)

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 également 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) ;
- 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 2007, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 484 152 MWh répartis entre les sources suivantes : 52 % d'électricité, 24 % de gaz naturel, 13 % de fioul lourd, 6 % de vapeur, 3 % de fioul et 2 % de butane-propane. Cela représente une diminution de 2 % par rapport à 2006.

Cette consommation provient, en ordre décroissant, des activités Vins et Spiritueux (44 %), Distribution sélective (25 %) Parfums et Cosmétiques (15 %) et Mode et Maroquinerie (13 %) ; les 3 % restants sont générés par les Montres et Joaillerie et l'activité administrative de la holding.

À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité sont de 125 000 000 MWh et celles de gaz de 154 000 000 MWh (données MINEFI, 2006).

Consommation d'énergie par groupe d'activités

(en MWh)	2007	2006	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	211 311	208 478	1
Parfums et Cosmétiques	74 357	80 819	(8)
Mode et Maroquinerie	63 765	66 731	(4)
Montres et Joaillerie	11 143	7 771	43 ⁽¹⁾
Distribution sélective	117 969	122 969	(4)
Holding	5 607	5 937	(6)
Total	484 152	492 705	(2)

(1) Évolution liée à l'augmentation de l'activité.

Consommations par source d'énergie en 2007

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fuel lourd	Vapeur	Fioul	Butane Propane
Vins et Spiritueux	62 954	45 740	61 198	25 228	10 500	5 691
Parfums et Cosmétiques	36 478	36 498	72	1 157	152	-
Mode et Maroquinerie	43 873	15 419	-	219	948	3 306
Montres et Joaillerie	3 744	5 847	-	-	1 552	-
Distribution sélective	101 914	11 306	-	4 245	504	-
Holding	4 654	312	-	602	39	-
Total	253 617	115 122	61 270	31 451	13 695	8 997

6.1.3 Consommations de matières premières

Étant donné la variété des activités du Groupe et en conséquence la multiplicité des matières premières utilisées qui en résulte, le seul critère significatif, pertinent et commun à ces activités qui puisse être 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...

- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis...
- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...
- 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 tonnes)	2007	2006	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	152 089	148 121	3
Parfums et Cosmétiques	21 261	19 042	12
Mode et Maroquinerie	5 136	2 298	123
Montres et Joaillerie	512	493	4 ⁽¹⁾
Distribution sélective	1 373	1 676	(18)
Total <input checked="" type="checkbox"/>	180 371	171 630	5

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre et de l'activité.

Répartition du poids total d'emballages consommés, par type de matériau, en 2007

(en tonnes)	Verres	Papier-carton	Plastiques	Métal	Autres matériaux d'emballages
Vins et Spiritueux	132 726	15 950	783	1 342	1 288
Parfums et Cosmétiques	10 951	4 365	4 715	656	574
Mode et Maroquinerie	-	5 122	-	-	-
Montres et Joaillerie	-	503	-	14	9
Distribution sélective	796	134	385	58	-
Total	144 473	26 074	5 883	2 070	1 871

Afin de déployer l'éco-conception, de nouveaux outils ont été développés pour mesurer l'impact sur l'environnement de certaines décisions, en particulier en matière de conception des emballages ou des produits et en matière de campagnes publicitaires.

Ainsi, chez Guerlain, les efforts ont porté sur les emballages de la ligne de soin *Success* et sur les articles de promotion. L'optimisation des étuis ou des emballages de transport a permis cette année d'économiser plus de 60 tonnes de carton. Parfums Givenchy a remis au goût du jour les recharges de parfums. Un berlingot, l'Eco Pampille Recharge, permet de remplir les précieux vaporisateurs Pampille *Ange ou Démon*.

Développé en partenariat avec l'ADEME, Havas et PricewaterhouseCoopers, Ecopublicité est un outil dédié à la mesure de l'impact sur l'environnement des campagnes publicitaires. Tous les paramètres sont analysés : l'impact de la production de la publicité (photos, tournage d'un film...) le choix du support (presse écrite, télévision, radio...), la durée de la campagne. Testé sur une campagne publicitaire d'une des Maisons du Groupe, l'outil permet, média par média, d'identifier les pistes d'amélioration.

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 historique. 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. Veuve Clicquot et Moët & Chandon s'appuient sur le référentiel de viticulture raisonnée élaboré par le Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne. Ainsi, chez Moët & Chandon, les actions en faveur de la réduction des consommations d'herbicides et la mise en œuvre de l'enherbement se poursuivent. Au bilan de 2007 : réduction de 8 % des consommations d'herbicides par rapport à 2006, déploiement des équipements d'application des herbicides en mode localisé, expérimentation d'équipements d'application des produits phytosanitaires sous forme de poudre, limitant les risques de pollution et permettant une meilleure gestion des doses... Veuve Clicquot continue à associer ses fournisseurs de raisins à cette démarche : tous les vignerons livreurs peuvent trouver l'assistance technique nécessaire auprès d'un ingénieur agronome, engagé à temps plein pour servir de relais entre eux et les instances techniques champenoises. Plus de 80 % des surfaces viticoles sont ainsi couvertes par la démarche de viticulture raisonnée. Veuve Clicquot s'est également doté de nouveaux équipements permettant une collecte et un traitement optimal des effluents sanitaires.

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).

Répartition des émissions par activité en 2007

	Émissions de CO ₂	Évolution en 2007 (%)	Émissions de CO ₂ directes	Émissions de CO ₂ indirectes
Vins et Spiritueux	51 217	8	30 852	20 365
Parfums et Cosmétiques	10 914	(4)	7 580	3 334
Mode et Maroquinerie	13 661	-	4 203	9 458
Montres et Joaillerie	1 760	46 ⁽¹⁾	1 625	135
Distribution sélective	32 083	-	2 466	29 617
Holding	606	7	75	531
Total <input checked="" type="checkbox"/>	110 241	4	46 801	63 440

(1) Évolution liée à l'augmentation de l'activité.

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.

En Champagne, une plateforme logistique commune à toutes les Maisons permet d'optimiser la phase de transport et de maximiser le recours au transport maritime (plus de 80 % des produits). La rationalisation de la préparation des lots destinés aux États-Unis a permis de charger les camions de transport entre la Champagne et Anvers de 26 palettes au lieu de 22, soit un taux de remplissage en augmentation de 18 %.

6.2.3 Émissions dans l'eau

Les émissions significatives et pertinentes retenues ici sont les rejets par les activités Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques de substances concourant à l'eutrophisation. Les autres activités du Groupe n'ont qu'un très faible impact sur la qualité de l'eau. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques néfaste pour l'environnement due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de leur oxygénation. Le paramètre pour

Les premiers Bilans Carbone® avaient été menés chez Hennessy, Parfums Christian Dior, Veuve Clicquot et Louis Vuitton. Ils ont permis d'évaluer l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre liées aux activités et d'identifier des pistes d'action prioritaires notamment pour diminuer la consommation d'énergie. Désormais, la technique est systématisée dans toutes les grandes Maisons du Groupe. Des bilans sont en cours chez Parfums Christian Dior (renouvellement), Guerlain, Kenzo Parfums et Glenmorangie. Moët & Chandon a également réalisé son Bilan Carbone® en 2007. Louis Vuitton a renouvelé cette année son premier Bilan Carbone réalisé en 2004 ; ce Bilan montre des résultats très encourageants : en particulier, les efforts importants consacrés à la réduction des emballages ont généré une réduction de 40 % des émissions, soit plus de 1 000 tonnes annuelles d'équivalent CO₂.

mesurer ce phénomène 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 traitements les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage. En 2007, les rejets de DCO ont diminué de 22 %.

DCO après traitement (tonne / an)	2007	2006	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	1 996,5	2 696,7	(26)
Parfums et Cosmétiques	102,0	8,8	1 059,0 ⁽¹⁾
Total <input checked="" type="checkbox"/>	2 098,5	2 705,5	(22)

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre et de l'activité.

6.2.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 94 % des déchets ont été valorisés en 2007, 93 % en 2006 et 86 % en 2005. Parallèlement, la production de déchets a diminué de 4 % en 2007.

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 2007, Moët & Chandon a expérimenté deux voies de valorisation des souches de vignes après arrachage, le compostage du bois et la valorisation énergétique ; ce projet a été développé en partenariat avec un prestataire de services et pourra être étendu à l'avenir à l'ensemble de la Champagne. Le gisement annuel de souches de vignes de Moët & Chandon, de 200 à 400 tonnes de bois, permet de produire de 400 à 900 MWh.

Sephora USA a lancé un programme test très innovant, le GRN-PAK. Testé dans deux magasins majeurs, il consiste à mettre à disposition des clients un dispositif de collecte des emballages vides, qui sont dirigés ensuite vers différentes filières de recyclage. Ce système sera étendu à d'autres magasins après la phase de test.

Déchets produits en 2007

(en tonnes)	Déchets dangereux ou spéciaux en 2007 ⁽¹⁾	Déchets produits en 2007	Déchets produits en 2006	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	108	69 262	72 946	(5)
Parfums et Cosmétiques	701 ⁽²⁾	6 735	6 937	(3)
Mode et Maroquinerie	67	5 129	4 686	9
Montres et Joaillerie	24	223	184	21
Distribution sélective	14	3 143	3 653	(14)
Holding	1	480	208	131 ⁽³⁾
Total <input checked="" type="checkbox"/>	915	84 972	88 614	(4)

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

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

(3) Augmentation liée à l'intégration d'un nouveau site administratif.

Valorisation des déchets en 2007

(en %)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	5	92	1	98
Parfums et Cosmétiques	9	48	31	88
Mode et Maroquinerie	2	49	18	69
Montres et Joaillerie	15	28	36	79
Distribution sélective	-	40	27	67
Holding	-	74	26	100
Total	5	83	6	94

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 ce groupe d'activités 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 des 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

Depuis 1992, il existe au sein du Groupe une Direction de l'Environnement. 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 ; en 2007, 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...).

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 Intranet Environnement Groupe, accessible à tous.

Les sociétés de la quasi-totalité des groupes d'activités ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total de 16 726 heures (☑) soit une augmentation de 93 % par rapport à 2006 (8 680 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.

Un module de formation sur Internet a été développé, il est accessible à l'ensemble des collaborateurs via l'intranet environnement et destiné plus particulièrement aux nouveaux correspondants environnement. Il permet à chacun de prendre connaissance à son rythme de la politique environnementale du Groupe et des meilleures pratiques à adopter.

Chez Moët & Chandon, une démarche de sensibilisation au développement durable, déployée tout au long du premier semestre, a mobilisé 800 collaborateurs et plus de 6 500 heures au total.

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

- fin juin, pendant la semaine du développement durable, Louis Vuitton a envoyé chaque jour un mail à ses 13 000 salariés du monde entier pour leur rappeler les gestes verts à respecter à travers plusieurs thèmes : l'énergie, l'eau, les loisirs, les déchets, les voyages... ;
- aux États-Unis, Sephora a généralisé à l'ensemble des magasins une formation à la prise en compte de l'environnement abordant notamment la gestion des déchets et la réduction de la consommation d'énergie ;

- pour compléter les informations relayées lors des journées d'intégration des nouveaux arrivants, Veuve Clicquot a développé de nouveaux supports de sensibilisation utilisés sur tous les sites industriels. Ils reviennent notamment sur la politique environnementale et les actions menées ;
- en 2007, le cahier de tendance environnement, envoyé à toutes les Maisons, a mis l'accent sur les matériaux utilisés pour l'aménagement des magasins et espaces de vente : mobiliers, revêtements de sols, vitrines... ;
- la lettre Attitude dont la deuxième édition aborde le thème de la construction et de l'environnement a été envoyée à tous les Présidents des Maisons et membres des Comités Exécutifs.

En matière de prévention des risques, de nombreuses actions ont été menées en 2007. Plusieurs Maisons ont rédigé des livrets hygiène-sécurité-environnement à destination des prestataires sur site, en particulier Hennessy, Veuve Clicquot et Parfums Givenchy. Ces livrets sont diffusés au personnel des sociétés prestataires dès leur arrivée sur site.

Pour la prévention des risques, voir également 2.2 Risques industriels et environnementaux.

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.

La certification ISO 14 001 de Hennessy, obtenue en 1998, a été renouvelée pour la troisième fois en 2007. Celles de Veuve Clicquot et de Krug acquises quelques années plus tard, en 2004, ont elles aussi été reconduites.

Mercier, Ruinart et Moët & Chandon ont été certifiés ISO 14001 en 2007 ainsi que l'usine polonaise de fabrication de la vodka Belvedere et l'entrepôt international Cergy 1 de Louis Vuitton.

En 2004 a été créée une équipe d'« auditeurs environnement » constituée de collaborateurs occupant une fonction technique (services généraux, qualité, industrialisation, maintenance, environnement...), juridique ou financière. Elle compte à ce jour 11 collaborateurs. Ils sont capables de faire rapidement un bilan de l'état environnemental d'un site, à la demande d'une Maison. Ils ont suivi une formation de trois jours à la technique d'audit environnemental, suivie par une journée d'audit sur le terrain dans le Groupe. Trois sociétés ont ainsi fait contrôler leur site en 2007.

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 2007, 52 audits environnement externes et 32 audits environnement internes (☑) ont été effectués sur les sites, une augmentation de 68 % par rapport à 2006. 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 2007.

En 2007, les principales mesures de mise en conformité à la réglementation environnementale sont la mise en œuvre du règlement REACH, pour l'ensemble des activités du Groupe, et la mise en place des contributions financières réglementaires au titre des articles textiles mis sur le marché français ainsi qu'au titre des 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 2007, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est réparti comme suit :

- charges d'exploitation : 6,4 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 2007.

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 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, il a été décidé de ne plus utiliser le triclosan dans les produits du fait de son risque environnemental, alors même que l'absence de risques pour la sécurité du consommateur a été évaluée favorablement par les instances scientifiques européennes (Comité Scientifique Directeur et SCCP) en 2002. Son remplacement a donc été effectué au fur et à mesure du renouvellement des produits.

Dans le domaine des vins et spiritueux, LVMH prône la consommation responsable. Le Groupe est membre fondateur d'Entreprise et Prévention, association créée il y a une quinzaine d'années, dont l'objectif est d'être force de proposition auprès des pouvoirs publics pour encourager la modération. Un code de marketing Moët-Hennessy encadre également la politique marketing des Maisons de Vins et Spiritueux.

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)	2007		2006	
	TOTAL	dont en production	TOTAL	dont en production
France :				
Appellation Champagne	1 788	1 671	1 770	1 678
Appellation Cognac	220	185	246	189
Yquem	190	98	188	98
Étranger :				
Californie (États-Unis)	464	320	466	336
Argentine	1 369	820	1 369	765
Australie, Nouvelle-Zélande	543	400	558	331
Brésil	232	62	232	63

Dans le tableau ci-dessus, le nombre d'hectares présenté dans la colonne « Total » 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 non encore plantées.

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, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, en Grande-Bretagne et en Pologne. L'ensemble représente environ 750 000 m² en France et 325 000 m² à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses quinze ateliers de fabrication de maroquinerie qui se trouvent essentiellement en France, les autres ateliers étant situés près de Barcelone en Espagne et à San Dimas en Californie, l'atelier localisé en Roumanie étant dédié à la fabrication de composants. Les entrepôts et centres logistiques 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.

Fendi est propriétaire de son site de production près de Florence (Italie).

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

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

Kenzo était propriétaire d'installations logistiques en France cédées fin 2007.

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 du Groupe d'activités, ainsi que la fabrication et le centre 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 Guerlain à Chartres et Orphin (France) appartiennent à Guerlain, ces sites représentant environ 27 000 m².

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

La Brosse et Dupont détient 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.

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, Kobe, Guam, Hawaï, Séoul, Taipei, Sydney, Caracas, Copenhague, Stockholm, 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.

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

Dans la Distribution sélective :

- les enseignes parisiennes du Bon Marché et de Franck et Fils sont propriétaires de leurs magasins, qui représentent des surfaces de vente d'environ 70 000 m² ;
- DFS est propriétaire de ses magasins de Waikiki (Hawaï), Tumon Bay Galleria (Guam) et Saipan ;
- l'ensemble immobilier utilisé précédemment pour l'exploitation commerciale de la Samaritaine (Paris), d'environ 80 000 m², est à l'heure actuelle inutilisé.

Au 31 décembre 2007, le réseau de magasins du Groupe est réparti de la façon suivante :

(en nombre de magasins)	2007	2006	2005
France	306	288	278
Europe (hors France)	523	456	422
États-Unis	462	394	365
Japon	253	278	262
Asie (hors Japon)	409	363	329
Autres marchés	95	80	67
Total	2 048	1 859	1 723

(en nombre de magasins)	2007	2006	2005
Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton	390	368	345
Autres marques	599	586	546
	989	954	891
Parfums et Cosmétiques	55	48	43
Montres et Joaillerie	90	82	70
Distribution sélective : Sephora	756	621	558
Autres	153	149	156
	909	770	714
Autres	5	5	5
Total	2 048	1 859	1 723

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.

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.

Le Groupe a conclu en juin 2007 un accord avec la société américaine Belvedere Winery aux termes duquel le Groupe a acquis la marque Belvedere, mettant ainsi fin au litige portant sur l'utilisation de cette marque aux États-Unis.

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 ont formé un pourvoi en cassation. La Cour de Cassation devrait se prononcer au cours de l'année 2008.

9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes, aucun événement significatif n'est intervenu.

[Mise à jour postérieure à la date du Conseil d'Administration ayant arrêté les comptes :

Le groupe de presse La Tribune a été cédé le 11 février 2008, après que le Ministre de l'Économie a, le 7 février 2008, donné son agrément à cette opération.

En février 2008, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a acquis 100% de la société viticole espagnole Bodega Numanthia Termes, producteur de vins haut de gamme de l'appellation Toro].

10. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

Après une excellente année 2007, LVMH est bien placé pour aborder 2008. Le Groupe va poursuivre sa stratégie de concentration sur la croissance interne et sur le développement de ses grandes marques.

LVMH se fixe comme objectif une augmentation sensible de ses résultats en 2008.

L'équilibre géographique de ses activités, la force et la complémentarité de ses marques, le talent exceptionnel de ses équipes permettront au Groupe de gagner des parts de marché et de renforcer encore son avance sur le marché mondial du luxe.

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	70
3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE	76

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 pour objet de rendre compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par celle-ci.

1. PRÉPARATION ET ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est doté d'une Charte qui précise, notamment, la composition, les missions, le fonctionnement et les responsabilités du Conseil d'Administration.

Deux Comités, 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 fonctions.

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, l'adoption des grandes orientations stratégiques et le suivi de leur mise en œuvre, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations qui la concernent, la protection de son 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.

Il est composé de 18 membres dont 6 sont indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la société.

Les Administrateurs doivent détenir personnellement un minimum de 500 actions.

Au cours de l'exercice 2007, 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 84 % 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.

Le montant total des jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration au titre de l'exercice 2007 s'est élevé à 1 125 000 euros.

1.2 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.

En accord avec le Président et Directeur Général, le Conseil d'Administration a nommé un Directeur Général délégué, Monsieur Antonio Belloni, qui dispose des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

1.3 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.

Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration. Il est actuellement composé de trois Administrateurs dont deux sont indépendants : 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 2007. Une réunion s'est tenue en présence de tous les membres, les trois autres réunions ont été tenues en présence du Président et d'un de ses deux membres, ainsi que celle des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Juridique, et en fonction des sujets abordés, du Directeur du Financement, du Directeur de la Trésorerie, du Directeur Fiscal et d'un Conseiller du Président.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, 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 des questions de nature juridique, en particulier les principaux litiges en cours.

1.4 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 répartition des jetons de présence versés par la société, ainsi que 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 (Général) délégué(s) de 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, et sur la rémunération et les avantages en nature attribués aux Administrateurs et Censeurs de la société par la société ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération et d'incitation, fixes ou variables, immédiats et différés, des dirigeants du Groupe.

Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration. Il est composé de trois membres dont deux sont indépendants : Messieurs Antoine Bernheim (Président), Albert Frère et Kilian Hennessy.

Le Comité s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2007 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.

1.5 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.

1.6 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, le cas échéant, des Censeurs sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations.

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations peut 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 2007, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 125 000 euros à titre de jetons de présence. Ces jetons sont répartis entre les Administrateurs et les Censeurs selon une clé de répartition définie par le Conseil d'Administration et qui prend en compte les fonctions exercées au sein du Conseil et des Comités.

Autres rémunérations

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour les missions spécifiques qui leur seraient confiées et en fonction du rôle d'animation ou de direction qu'ils ont au sein des différents Comités constitués au sein du Conseil d'Administration. Son montant est déterminé par le Conseil d'Administration et communiqué aux commissaires aux comptes de la société.

Une partie de la rémunération versée aux membres du Comité Exécutif et des principales directions opérationnelles est fonction de la génération de fonds, du résultat opérationnel et de la rentabilité des capitaux engagés des groupes d'activités et des sociétés dont les dirigeants concernés ont la responsabilité ainsi que de leur performance individuelle. Cette part variable représente en général entre un tiers et la moitié de la rémunération.

Les membres du Comité Exécutif, le cas échéant également mandataires sociaux, peuvent bénéficier, au titre de leurs fonctions et sous certaines conditions, en particulier l'absence de faute dans l'exercice de leurs fonctions, d'une indemnité contractuelle de départ, à laquelle s'ajoute éventuellement le maintien partiel ou total des droits à l'exercice des stock options attribués antérieurement.

Lors de leur départ à la retraite, les mandataires sociaux qui sont membres du Comité Exécutif peuvent recevoir au titre de leur contrat de travail un complément de retraite à condition qu'ils justifient d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité Exécutif et qu'ils fassent valoir simultanément leurs droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux. Ce complément correspond à une fraction du salaire du bénéficiaire et fait l'objet d'un plafond calculé par référence à celui de la sécurité sociale. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2007 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la note 30.3 de l'annexe aux comptes consolidés.

2. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE 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.

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 2007, 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 2007 au niveau de la société mère LVMH SA et du Groupe, huit processus clés (Trésorerie, Financement, Fiscalité, Consolidation, Clôture des comptes, Comptabilisation, Flux financiers, Systèmes d'information, Communication financière) 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 ont été 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 que nous avons 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 Le management des risques

Le Groupe identifie et analyse les principaux risques susceptibles d'affecter la réalisation de ses objectifs opérationnels, financiers et de conformité aux lois et règlements en vigueur. Il prend les mesures permettant de limiter la probabilité de la survenance de tels risques et d'en limiter les conséquences. Un outil spécifique de cartographie des risques est utilisé à cette fin.

Certains risques propres à l'activité du Groupe font l'objet d'un suivi particulier ; ces risques sont détaillés dans le rapport de gestion du Groupe : paragraphe 2 Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance et paragraphe 6 Conséquences de l'activité sur l'environnement.

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 d'un nouvel Intranet Finances, a cette année 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.

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 embarqués 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

methodologique 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 sont en cours de développement 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 2 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 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 pluri-annuel actualisé chaque année.

Une cinquantaine de missions d'audit sont réalisées en moyenne chaque année.

Ce plan pluri-annuel 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 2007, l'Audit Interne a réalisé 50 missions qui ont couvert les processus clés des sociétés auditées, représentant 32 % des ventes du Groupe. Le suivi de la mise en œuvre des recommandations a été 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, 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 (contrôleur 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 réestimés 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 trimestriels, 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 mentionnés en première partie de ce document, a été proposé dans sa version projet au Comité d'Audit de la Performance pour avis et au Conseil d'Administration pour approbation.

Conclusions

Le groupe LVMH, au-delà de son dispositif de contrôle interne déjà existant, a renforcé sa démarche d'amélioration continue de son contrôle interne, engagée depuis 2003, par la mise en place d'un système d'auto-évaluation.

En 2007 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 SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE

Mesdames, Messieurs les 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 2007.

Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

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.

Nous avons effectué nos travaux conformément à la norme d'exercice professionnel applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des 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. 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.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	78
BILAN CONSOLIDÉ	79
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	80
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	82
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	83
Liste des sociétés consolidées en 2007	132
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	136

COMPTES DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros, sauf résultats par action)	Notes	2007	2006	2005
Ventes	22-23	16 481	15 306	13 910
Coût des ventes		(5 786)	(5 481)	(5 001)
Marge brute		10 695	9 825	8 909
Charges commerciales		(5 752)	(5 364)	(4 892)
Charges administratives		(1 388)	(1 289)	(1 274)
Résultat opérationnel courant	22-23	3 555	3 172	2 743
Autres produits et charges opérationnels	24	(126)	(120)	(221)
Résultat opérationnel		3 429	3 052	2 522
Coût de la dette financière nette		(207)	(173)	(188)
Autres produits et charges financiers		(45)	120	45
Résultat financier	25	(252)	(53)	(143)
Impôts sur les bénéfices	26	(853)	(847)	(718)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	7	8	7
Résultat net		2 331	2 160	1 668
dont : part des minoritaires		306	281	228
part du Groupe		2 025	1 879	1 440
Résultat net, part du Groupe par action (en euros)	27	4,27	3,98	3,06
Nombre d'actions retenu pour le calcul		474 327 943	471 901 820	470 206 389
Résultat net, part du Groupe par action après dilution (en euros)	27	4,22	3,94	3,04
Nombre d'actions retenu pour le calcul		479 891 713	477 471 955	474 047 257

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2007	2006	2005
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	7 999	8 227	8 530
Écarts d'acquisition, nets	4	4 818	4 537	4 479
Immobilisations corporelles, nettes	6	5 419	5 173	4 983
Participations mises en équivalence	7	129	126	128
Investissements financiers	8	823	504	451
Autres actifs non courants		586	658	660
Impôts différés	26	492	395	306
Actifs non courants		20 266	19 620	19 537
Stocks et en-cours	9	4 812	4 383	4 134
Créances clients et comptes rattachés	10	1 595	1 461	1 370
Impôts sur les résultats		508	512	317
Autres actifs courants	11	2 001	1 587	1 225
Trésorerie et équivalents	13	1 559	1 222	1 470
Actifs courants		10 475	9 165	8 516
Total de l'actif		30 741	28 785	28 053
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		147	147	147
Primes		1 736	1 736	1 736
Actions LVMH et assimilés		(877)	(1 019)	(972)
Écarts de réévaluation		976	917	658
Autres réserves		8 191	7 062	6 158
Écarts de conversion		(608)	(119)	292
Résultat net		2 025	1 879	1 440
Capitaux propres - part du Groupe	14	11 590	10 603	9 459
Intérêts minoritaires	16	938	991	1 025
Capitaux propres		12 528	11 594	10 484
Dette financière à long terme	17	2 477	3 235	3 747
Provisions à plus d'un an	18	976	983	949
Impôts différés	26	2 843	2 862	2 925
Autres passifs non courants	19	4 147	3 755	3 357
Passifs non courants		10 443	10 835	10 978
Dette financière à court terme	17	3 138	2 100	2 642
Fournisseurs et comptes rattachés		2 095	1 899	1 732
Impôts sur les résultats		689	692	373
Provisions à moins d'un an	18	296	255	305
Autres passifs courants	20	1 552	1 410	1 539
Passifs courants		7 770	6 356	6 591
Total du passif et des capitaux propres		30 741	28 785	28 053

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Total des capitaux propres								
		Capital	Primes	Actions LVMH et assimilés	Écarts de réévaluation	Écarts de conversion	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		14.1		14.2	14.4	14.5		16		
Au 1^{er} janvier 2005	489 937 410	147	1 736	(1 006)	521	(200)	6 584	7 782	893	8 675
Écarts de conversion						492		492	107	599
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					137			137	(12)	125
Résultat net							1 440	1 440	228	1 668
Total des gains et pertes de l'exercice		-	-	-	137	492	1 440	2 069	323	2 392
Charges liées aux plans d'options							23	23	2	25
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH et assimilés				34			(3)	31		31
Augmentations de capital des filiales								-	3	3
Dividendes et acomptes versés							(446)	(446)	(120)	(566)
Variations de périmètre								-	(77)	(77)
Effets des engagements d'achat de titres								-	1	1
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 assimilés				(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

(en millions d'euros)	Nombre d'actions							Total des capitaux propres		
		Capital	Primes	Actions LVMH et assimilés	Écarts de réévaluation	Écarts de conversion	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		14.1		14.2	14.4	14.5		16		
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 assimilés				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

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2007	2006	2005
I. Opérations d'exploitation				
Résultat opérationnel		3 429	3 052	2 522
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		638	474	639
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(39)	(31)	(102)
Dividendes reçus		33	28	47
Autres retraitements		(22)	(19)	(17)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		4 039	3 504	3 089
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(191)	(174)	(222)
Impôt payé		(916)	(784)	(616)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		2 932	2 546	2 251
Variation des stocks et en-cours		(565)	(351)	(281)
Variation des créances clients et comptes rattachés		(197)	(146)	(67)
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		222	208	27
Variation des autres créances et dettes		66	31	64
Variation du besoin en fonds de roulement		(474)	(258)	(257)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		2 458	2 288	1 994
II. Opérations d'investissement				
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(990)	(771)	(707)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		58	10	21
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements opérationnels		(20)	12	7
Investissements opérationnels		(952)	(749)	(679)
Acquisitions d'investissements financiers	8	(45)	(87)	(69)
Cessions d'investissements financiers	8	33	172	469
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	(329)	(48)	(604)
Autres flux liés aux opérations d'investissements financiers		-	-	65
Investissements financiers		(341)	37	(139)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement		(1 293)	(712)	(818)
III. Opérations en capital				
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	16	1	6	3
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et assimilés		14	(48)	32
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	14.3	(686)	(566)	(446)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	16	(156)	(120)	(120)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(827)	(728)	(531)
IV. Opérations de financement				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		2 006	785	1 192
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 700)	(1 757)	(1 559)
Acquisitions et cessions de placements financiers	12	(278)	(181)	(40)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		28	(1 153)	(407)
V. Incidence des écarts de conversion		(44)	(10)	41
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I + II + III + IV + V)		322	(315)	279
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	13	765	1 080	801
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	13	1 087	765	1 080
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements en crédit-bail		6	8	9

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
1. PRINCIPES COMPTABLES	84
2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE	90
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	92
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	95
5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	96
6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	97
7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	98
8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	99
9. STOCKS ET EN-COURS	100
10. CLIENTS	100
11. AUTRES ACTIFS COURANTS	101
12. PLACEMENTS FINANCIERS	101
13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS	102
14. CAPITAUX PROPRES	102
15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	106
16. INTÉRÊTS MINORITAIRES	109
17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	109
18. PROVISIONS	112
19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	113
20. AUTRES PASSIFS COURANTS	113
21. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	114
22. INFORMATION SECTORIELLE	119
23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE	121
24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	122
25. RÉSULTAT FINANCIER	122
26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	123
27. RÉSULTATS PAR ACTION	126
28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	126
29. ENGAGEMENTS HORS BILAN	129
30. PARTIES LIÉES	131
31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	131

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général

En application du règlement européen n° 1606/2002 du 19 juillet 2002, les comptes consolidés de l'exercice 2007 sont établis en conformité avec les normes comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées dans l'Union Européenne et applicables au 5 février 2008, date d'arrêté de ces comptes par le Conseil d'Administration. Ces normes sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés.

Les normes IAS 32 et IAS 39 ont été mises en œuvre par le Groupe à compter du 1^{er} janvier 2004, y compris les amendements de IAS 39 relatifs à la couverture des flux de trésorerie futurs intra-Groupe et à l'option de juste valeur.

1.2 Évolutions du référentiel comptable en 2007

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2007

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 :

- amendement de IAS 1 sur les informations complémentaires relatives au capital ;
- IFRIC 8 Champ d'application de IFRS 2, norme relative aux paiements fondés sur des actions ;
- IFRIC 9 Réexamen des dérivés incorporés ;
- IFRIC 10 Information financière intermédiaire et dépréciation ;
- IFRIC 11 Actions propres et transactions intra-Groupe.

Sont également présentées dans les comptes consolidés les informations complémentaires requises par IFRS 7 Instruments financiers, informations à fournir.

Normes, amendements et interprétations dont l'application est optionnelle en 2007

L'interprétation IFRIC 13 Programmes de fidélisation des clients a été appliquée dans les comptes consolidés 2007 ; l'incidence pour le Groupe n'est pas significative.

Les normes, amendements et interprétations suivants, applicables de manière obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2009, n'ont pas donné lieu à application anticipée en 2007 :

- IFRS 8 Segments opérationnels ;
- amendements de IAS 23 sur les coûts d'emprunts.

Les impacts de ces textes sur les comptes consolidés sont en cours de chiffrage.

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 marge brute 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 marge brute 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 marge brute 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.

Seules 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 exclusive 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 actuellement 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 actuelles 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 pratiqués pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte de valeur existe, 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'activité, un secteur d'activité correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de Direction spécifique. Au sein du secteur d'activité, 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. 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 » (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 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 » 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 en vigueur 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 leur valeur nominale nette des primes et frais d'émission connexes ; ceux-ci 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 sur les instruments dérivés.

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 court et long terme 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 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 auto-détenues et assimilés

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 pris en charge par le 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 propres à chaque pays et à chaque société du Groupe ; ces évaluations intègrent notamment des hypothèses 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. En raison de ces accords, LVMH ne consolide que les ventes et la quote-part de charges des structures communes 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.

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.

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.

2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

2.1 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.

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.

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.

Autres activités

En décembre 2007, le groupe de presse Les Echos a été acquis auprès du groupe Pearson pour 240 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. En raison de la date de cette acquisition, Les Echos seront consolidés à compter de l'exercice 2008 ; les titres acquis sont comptabilisés au 31 décembre 2007 en « Investissements financiers » (voir Note 8).

Concomitamment, LVMH a signé un protocole d'accord pour la cession du groupe de presse La Tribune ; cette cession est soumise à l'accord de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes.

Le bilan du Groupe Les Echos au 30 juin 2007, présenté à titre pro forma, avant retraitement des comptes aux normes du Groupe LVMH, et avant allocation du prix payé, s'établit comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	
Immobilisations corporelles et incorporelles	9
Actifs courants, nets	38
Créance vis-à-vis de Pearson, reprise par LVMH	105
Trésorerie	19
Passifs courants	(63)
Passifs non courants	(6)
Actif net	102

2.2 Exercice 2006

En 2006, les variations de périmètre sont constituées d'acquisitions d'intérêts minoritaires, principalement aux États-Unis (Fresh et Donna Karan), ainsi que dans certaines filiales de distribution en Asie.

2.3 Exercice 2005

Vins et Spiritueux

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 (Royaume-Uni), et le solde en février et mars 2005 dans le cadre d'une procédure de retrait.

Le coût de cette acquisition s'est élevé à 459 millions d'euros (316 millions de livres sterling), y compris 8 millions d'euros de frais d'acquisition. Conformément aux termes de l'Offre, ce prix a été payé à hauteur de 51 millions de livres sterling sous forme de « Loan Notes », portant intérêt au taux du LIBOR GBP moins 0,80 %. Les « Loan Notes » sont remboursables au pair à partir du 15 décembre 2005, au gré des porteurs, lors des paiements des intérêts les 15 juin et 15 décembre de chaque année et au plus tard le 15 décembre 2012.

La participation dans Glenmorangie a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} janvier 2005. Le tableau suivant résume les modalités d'affectation du prix payé, sur la base du bilan de Glenmorangie à la date du 31 décembre 2004 :

<i>(en millions d'euros)</i>	Valeur retenue par LVMH	Valeur comptable
Immobilisations incorporelles	290	1
Immobilisations corporelles	54	58
Stocks	130	123
Autres actifs et passifs courants, nets	(22)	(10)
Trésorerie	21	21
Dette financière	(66)	(66)
Engagements envers le personnel	(12)	-
Impôts différés et provisions	(95)	(7)
Ecart d'acquisition	159	-
Coût total de l'acquisition	459	-

Les immobilisations incorporelles incluent 289 millions d'euros au titre des marques Glenmorangie, Ardbeg et Glen Moray, dont 234 millions d'euros pour la marque Glenmorangie. L'écart d'acquisition est représentatif des synergies attendues de l'intégration de Glenmorangie dans le réseau de distribution de Moët Hennessy.

En avril 2005, LVMH a acquis la participation de 30 % de l'actionnaire minoritaire de Millennium pour un montant de 120 millions de dollars US, portant ainsi sa participation à 100 %. Cet investissement représente un complément de part du Groupe de 79 millions de dollars US dans la licence de distribution aux États-Unis de la vodka Belvedere détenue par Millennium.

La participation du Groupe dans MountAdam a été cédée en juillet 2005.

Mode et Maroquinerie

Christian Lacroix a été cédé en janvier 2005.

Autres activités

La participation de 49,9 % dans Bonhams Brooks PS&N Ltd., mise en équivalence, a été cédée en juillet 2005.

2.4 Incidence des variations de périmètre sur la trésorerie

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés	(352)	(50)	(623)
Disponibilités / (découverts bancaires) des sociétés acquises	16	-	(6)
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	9	2	34
(Disponibilités) / découverts bancaires des sociétés cédées	(2)	-	(9)
Incidences des variations de périmètre sur la trésorerie	(329)	(48)	(604)

En 2007, l'incidence des variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe comprend :

- pour 240 millions d'euros l'acquisition du groupe Les Echos ;
- pour 66 millions d'euros l'acquisition de 6 % 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 variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe comprennent principalement le solde du paiement échelonné des 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.

En 2005, l'incidence des variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe, de 604 millions d'euros, provient principalement de la prise de contrôle de Glenmorangie, à hauteur de 438 millions d'euros, et de l'acquisition des titres des minoritaires de Millennium pour 92 millions d'euros.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	2007			2006	2005
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	6 202	(335)	5 867	5 768	5 846
Enseignes	3 060	(1 241)	1 819	2 003	2 204
Licences de distribution	102	(56)	46	234	260
Droits au bail	236	(135)	101	83	90
Logiciels	293	(210)	83	71	59
Autres	193	(110)	83	68	71
Total	10 086	(2 087)	7 999	8 227	8 530
dont : immobilisations en location financement	14	(14)	-	1	1

3.1 Variations de l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2007 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2006	6 111	3 383	929	10 423
Acquisitions	60	-	105	165
Cessions	-	-	(20)	(20)
Effets des variations de périmètre	(33)	-	16	(17)
Effets des variations de change	(113)	(323)	(26)	(462)
Autres, y compris reclassements	177	-	(180)	(3)
Au 31 décembre 2007	6 202	3 060	824	10 086

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2006	(343)	(1 380)	(473)	(2 196)
Amortissements	(7)	-	(77)	(84)
Dépréciations	(10)	-	(1)	(11)
Cessions	-	-	14	14
Effets des variations de périmètre	15	-	(1)	14
Effets des variations de change	10	139	10	159
Autres, y compris reclassements	-	-	17	17
Au 31 décembre 2007	(335)	(1 241)	(511)	(2 087)

Valeur nette 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 ».

Les effets des variations de change proviennent essentiellement des valeurs incorporelles comptabilisées en dollar US, en particulier la marque Donna Karan New York et l'enseigne DFS, en raison de l'évolution de la parité du dollar US vis-à-vis de l'euro au cours de l'exercice.

La valeur brute des marques donnant lieu à amortissement est de 150 millions d'euros au 31 décembre 2007.

3.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2004	5 493	1 983	362	7 838
Acquisitions	3	-	66	69
Cessions	-	-	(3)	(3)
Effets des variations de périmètre	289	-	76	365
Amortissements	(6)	(1)	(66)	(73)
Dépréciations	-	(24)	-	(24)
Effets des variations de change	66	260	34	360
Autres	1	(14)	11	(2)
Au 31 décembre 2005	5 846	2 204	480	8 530
Acquisitions	-	-	76	76
Cessions	-	-	(2)	(2)
Amortissements	(6)	-	(71)	(77)
Effets des variations de change	(72)	(201)	(29)	(302)
Autres	-	-	2	2
Au 31 décembre 2006	5 768	2 003	456	8 227

Les effets des variations de périmètre de 2005 concernaient l'acquisition de Glenmorangie à hauteur de 290 millions d'euros et la comptabilisation définitive de la licence de distribution détenue par Millennium, pour 62 millions d'euros en valeur brute.

3.3 Marques et enseignes

La répartition des marques et enseignes par groupe d'activités est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2007			2006	2005
	Valeur brute	Amortissements et dépréciations	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Vins et Spiritueux	862	(8)	854	655	652
Mode et Maroquinerie	3 865	(302)	3 563	3 607	3 654
Parfums et Cosmétiques	613	(18)	595	599	606
Montres et Joaillerie	842	(7)	835	859	887
Distribution sélective	3 060	(1 240)	1 820	2 003	2 204
Autres activités	20	(1)	19	48	47
Marques et enseignes	9 262	(1 576)	7 686	7 771	8 050

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2007 :

- Vins et Spiritueux : Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Belvedere, Glenmorangie et Newton Vineyards ;
- Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton, Fendi, Celine, Loewe, Donna Karan New York, Givenchy, Kenzo, Berluti, Thomas Pink, 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, Fred et Chaumet ;
- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché ;
- Autres activités : les titres de presse Investir.

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. Le titre de presse Les Echos sera comptabilisé à compter de l'exercice 2008.

Les marques et enseignes développées par le Groupe, ainsi que Louis Vuitton, Veuve Clicquot, Parfums Christian Dior et Sephora représentent 32 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 60 % 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)	2007			2006	2005
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	3 766	(1 024)	2 742	2 754	2 910
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	2 079	(3)	2 076	1 783	1 569
Total	5 845	(1 027)	4 818	4 537	4 479

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)	2007			2006	2005
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	5 649	(1 112)	4 537	4 479	4 048
Effets des variations de périmètre	63	6	69	11	158
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	256	16	272	220	127
Variation des dépréciations	-	-	-	(15)	(24)
Effets des variations de change	(123)	63	(60)	(158)	170
Au 31 décembre	5 845	(1 027)	4 818	4 537	4 479

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2007 intègrent 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. Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2005 concernaient principalement l'acquisition de Glenmorangie à hauteur de 159 millions d'euros.

Les effets des variations de change proviennent essentiellement des écarts d'acquisition comptabilisés en dollar US, en particulier ceux de Miami Cruiseline et Donna Karan, en raison de l'évolution de la parité du dollar US contre l'euro au cours de l'exercice.

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 2007. 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. Les principaux paramètres retenus en 2007 pour l'établissement de ces flux prévisionnels, similaires à ceux retenus en 2006, 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 & Spiritueux	5 ans	10,5 à 15 %	2 %
Mode & Maroquinerie	5 ans*	13 à 19 %	2 %
Parfums & Cosmétiques	5 ans	13 à 17 %	2 %
Montres & Joaillerie	5 ans*	16 à 17 %	2 %
Distribution sélective	5 ans	12 à 13 %	2 %
Autres	5 ans	10 à 11 %	2 %

* La durée des plans de 5 ans peut être étendue jusqu'à 10 ans pour les marques en cours de repositionnement stratégique.

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 avant impôt ou du taux de croissance à l'infini, appliquée aux données

globales prévisionnelles retenues pour chaque groupe d'activités, n'entraînerait pas de dépréciations des actifs incorporels concernés, marques, enseignes ou écarts d'acquisition.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	2007			2006	2005
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	690	-	690	706	650
Terres à vignes et vignobles	1 499	(73)	1 426	1 348	1 217
Constructions	1 623	(631)	992	989	1 052
Immeubles locatifs	333	(47)	286	297	312
Installations techniques, matériels et outillages	3 725	(2 295)	1 430	1 369	1 357
Autres immobilisations corporelles et en-cours	983	(388)	595	464	395
Total	8 853	(3 434)	5 419	5 173	4 983
dont : immobilisations en location financement	295	(134)	161	182	213
coût historique des terres à vignes et vignobles	537	(73)	464	462	459

La variation des immobilisations corporelles au cours des exercices présentés 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 2006	1 417	2 304	343	3 555	850	8 469
Acquisitions	15	83	1	338	398	835
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	81	-	-	-	-	81
Cessions, mises hors service	(8)	(12)	(2)	(199)	(44)	(265)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	4	8	12
Effets des variations de change	(7)	(75)	(9)	(125)	(45)	(261)
Autres, y compris transferts	1	13	-	152	(184)	(18)
Au 31 décembre 2007	1 499	2 313	333	3 725	983	8 853
Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)						
Au 31 décembre 2006	(69)	(609)	(46)	(2 186)	(386)	(3 296)
Amortissements	(5)	(54)	(4)	(346)	(61)	(470)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	-	10	2	159	44	215
Effets des variations de périmètre	-	1	-	1	(4)	(2)
Effets des variations de change	1	16	1	77	19	114
Autres	-	5	-	-	-	5
Au 31 décembre 2007	(73)	(631)	(47)	(2 295)	(388)	(3 434)
Valeur nette au 31 décembre 2007	1 426	1 682	286	1 430	595	5 419

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 2004	1 162	1 617	288	1 071	403	4 541
Acquisitions	7	39	3	357	239	645
Cessions, mises hors service	-	(14)	(3)	(13)	-	(30)
Amortissements	(5)	(55)	(5)	(303)	(54)	(422)
Dépréciations	-	(2)	-	(22)	-	(24)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	43	-	-	-	-	43
Effets des variations de périmètre	(1)	27	-	24	1	51
Effets des variations de change	10	65	10	49	27	161
Autres, y compris transferts	1	25	19	194	(221)	18
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 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

Les acquisitions d'immobilisations corporelles reflètent dans les trois exercices les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2007			2006	2005
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	126	-	126	128	115
Part dans le résultat de l'exercice	7	-	7	8	7
Dividendes versés	(4)	-	(4)	(7)	(3)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	(2)	10
Effets des variations de change	-	-	-	(1)	(1)
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	129	-	129	126	128

En 2007, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble à Paris (France), également siège social de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA ;
- une participation de 23,1 % dans Micromania, leader sur le marché français de la distribution de jeux vidéo et consoles.

Les loyers facturés au Groupe par Mongoual sont de 15 millions d'euros en 2007 (14 millions d'euros en 2006 et en 2005).

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2007			2006	2005
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	853	(30)	823	504	451

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Au 1^{er} janvier	504	451	718
Acquisitions	374	85	107
Cessions à valeur de vente	(33)	(162)	(469)
Effets des variations de valeur de marché	(8)	132	229
Reclassements en titres mis en équivalence ou placements financiers	-	-	(144)
Dotations nettes aux dépréciations	-	5	-
Effets des variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	(14)	(7)	10
Au 31 décembre	823	504	451

Les résultats de cession sont analysés en Note 25 Résultat financier.

Les acquisitions de l'exercice 2007 sont constituées principalement du groupe Les Echos à hauteur de 350 millions d'euros ; cette acquisition sera consolidée sur l'exercice 2008.

La variation de trésorerie relative à cette acquisition, de 240 millions d'euros, est classée dans le Tableau de variation de trésorerie consolidée en « Incidence des acquisitions de titres consolidés ».

Les principales cessions de l'exercice 2006 proviennent de diverses participations détenues par le FCPR L Capital. En 2005, les cessions concernent principalement la participation dans Bouygues SA ; au 31 décembre 2005, le solde de cette participation a été reclassé en placements financiers.

Les investissements financiers détenus par le Groupe sont notamment les suivants :

(en millions d'euros)	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Dividendes encaissés	Capitaux propres ⁽³⁾⁽⁴⁾	Résultat net ⁽³⁾
L Capital FCPR (France) ⁽²⁾	45,8 %	53		145	2
L Capital 2 FCPR (France) ⁽²⁾	18,5 %	62		151	(5)
Tod's Spa (Italie) ⁽¹⁾	3,5 %	51	2	526	57
Xinyu Hengdeli Holdings Ltd. (Chine) ⁽¹⁾	7,5 %	71		156	21
Autres participations	NA	236	26		
Sous-total		473	28		
Groupe Les Echos	100,0 %	350			ND
Total		823	28		

(1) Évaluation au cours de Bourse de clôture au 31 décembre 2007.

(2) Évaluation en valeur de réalisation estimée.

(3) Les données comptables fournies sont antérieures au 31 décembre 2007, les chiffres à fin 2007 étant indisponibles à la date d'établissement des états financiers.

(4) Voir Note 2.1 pour le groupe Les Echos.

L Capital FCPR est un fonds d'investissements 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)	2007	2006	2005
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	2 683	2 406	2 161
Autres matières premières et en-cours	460	421	385
	3 143	2 827	2 546
Marchandises	476	456	481
Produits finis	1 739	1 621	1 684
	2 215	2 077	2 165
Valeur brute	5 358	4 904	4 711
Provision pour dépréciation	(546)	(521)	(577)
Valeur nette	4 812	4 383	4 134

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2007			2006	2005
	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Au 1^{er} janvier	4 904	(521)	4 383	4 134	3 598
Augmentation du stock brut	565		565	346	281
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	35		35	23	19
Variation de la provision pour dépréciation		(48)	(48)	21	(43)
Effets des variations de périmètre	23	2	25	-	125
Effets des variations de change	(169)	21	(148)	(141)	154
Au 31 décembre	5 358	(546)	4 812	4 383	4 134

Les effets de la mise à valeur de marché des vendanges sur le coût des ventes sont les suivants :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	50	41	34
Effets des sorties de stocks	(15)	(18)	(15)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	35	23	19

10. CLIENTS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Créances à valeur nominale	1 780	1 650	1 577
Provision pour dépréciation	(53)	(54)	(66)
Provision pour retours et reprises de produits	(132)	(135)	(141)
Montant net	1 595	1 461	1 370

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 2007, de 9 millions d'euros (7 millions d'euros en 2006, 6 millions d'euros en 2005).

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres magasins représente environ 66 % 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.

Les créances clients représentent des délais de paiement le plus souvent inférieurs à deux mois.

11. AUTRES ACTIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Placements financiers	879	607	421
Instruments dérivés	311	242	136
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	249	231	186
Fournisseurs : avances et acomptes	109	100	86
Charges constatées d'avance	233	225	205
Autres créances, nettes	220	182	191
Total	2 001	1 587	1 225

Les charges constatées d'avance sont constituées à hauteur de 94 millions d'euros au 31 décembre 2007 (88 millions d'euros au 31 décembre 2006, 72 millions d'euros au 31 décembre 2005) d'échantillons et matériels publicitaires ; ceux-ci concernent essentiellement les activités Parfums et Cosmétiques.

La valeur de marché des autres actifs financiers 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)	2007	2006	2005
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et FCP non monétaires	601	462	280
Valeurs mobilières de placement cotées	278	145	141
Total	879	607	421
dont coût historique des placements financiers	741	506	317

Les placements financiers ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Au 1^{er} janvier	607	421	201
Acquisitions	370	336	50
Cessions à valeur de vente	(92)	(156)	(11)
Effets des variations de valeur de marché	58	42	49
Reclassement d'investissements financiers	-	-	126
Effets des variations de change	(64)	(36)	6
Au 31 décembre	879	607	421

Au 31 décembre 2005, les valeurs mobilières de placement incluaient 3 060 milliers d'actions Bouygues pour un montant de 126 millions d'euros (voir Note 8 Investissements financiers).

Les résultats de cession sont analysés en Note 25 Résultat financier.

13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Dépôts à terme à moins de trois mois	426	126	94
Parts de SICAV et FCP monétaires	48	49	34
Comptes bancaires	1 085	1 047	1 342
Trésorerie et équivalents au bilan	1 559	1 222	1 470

La trésorerie et équivalents inclut 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, 60 millions d'euros au 31 décembre 2005).

Le rapprochement entre le montant de la trésorerie et équivalents 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)	2007	2006	2005
Trésorerie et équivalents	1 559	1 222	1 470
Découverts bancaires	(472)	(457)	(390)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	1 087	765	1 080

14. CAPITAUX PROPRES

14.1 Capital

Au 31 décembre 2007, le capital est constitué de 489 937 410 actions (489 937 410 aux 31 décembre 2006 et 2005), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 225 670 036 actions bénéficient d'un droit de vote double,

accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (219 487 441 au 31 décembre 2006, 219 721 757 au 31 décembre 2005).

14.2 Actions LVMH auto-détenues et instruments dénouables en actions LVMH

Le portefeuille d'actions et instruments dénouables en actions LVMH, ainsi que leur affectation, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2007		2006	2005
	Nombre	Valeur	Valeur	Valeur
Plans d'options d'achat	6 239 029	340	592	729
Plans d'attribution d'actions gratuites	308 618	22	15	6
Autres plans	8 745 377	418	301	232
Couverture des plans d'options et assimilés	15 293 024	780	908	967
Contrat de liquidité	130 000	11	17	5
Actions LVMH	15 423 024	791	925	972
Calls sur actions LVMH ⁽¹⁾	2 014 000	86	94	-
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	-	877	1 019	972

(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 LVMH 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 les plans d'options de souscription et les plans de rémunérations indexées sur l'évolution du cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire.

Au 31 décembre 2007, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité n'est pas différente de leur valeur comptable, soit 11 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2007, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Valeur
Au 31 décembre 2006	17 618 089	925
Achats	6 360 391	527
Levées d'options	(3 931 161)	(280)
Cessions à valeur de vente	(4 624 295)	(384)
Plus ou (moins) value de cession brute	-	3
Au 31 décembre 2007	15 423 024	791

Calls sur actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre de calls	Valeur
Au 31 décembre 2006	1 838 500	94
Achat de calls	1 829 000	76
Exercice de calls	(1 653 500)	(84)
Au 31 décembre 2007	2 014 000	86

14.3 Dividendes versés par la société mère LVMH S.A.

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 2007, le

montant distribuable s'élève ainsi à 4 796 millions d'euros ; il est de 4 184 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2007.

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Acompte au titre de l'exercice en cours (2007 : 0,35 euro ; 2006 : 0,30 euro ; 2005 : 0,25 euro)	171	147	122
Effet des actions auto-détenues	(5)	(5)	(5)
	166	142	117
Solde au titre de l'exercice précédent (2006 : 1,10 euro ; 2005 : 0,90 euro ; 2004 : 0,70 euro)	539	441	343
Effet des actions auto-détenues	(19)	(17)	(14)
	520	424	329
Montant brut⁽¹⁾ total versé au cours de l'exercice	686	566	446

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2007, proposé à l'Assemblée Générale des Actionnaires du 15 mai 2008, 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

(en millions d'euros)

	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part du Groupe
Au 31 décembre 2004	21	103	397	521
Variation de valeur	379	(114)	38	303
Transfert en résultat de l'exercice	(129)	(52)	-	(181)
Effets d'impôt	(26)	54	(13)	15
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	224	(112)	25	137
Au 31 décembre 2005	245	(9)	422	658
Variation de valeur	284	155	105	544
Transfert en résultat de l'exercice	(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

Intérêts minoritaires

(en millions d'euros)

	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2004	14	68	82
Variation de valeur	(19)	6	(13)
Transfert en résultat de l'exercice	(6)	-	(6)
Effets d'impôt	9	(2)	7
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	(16)	4	(12)
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

Le montant de la réévaluation des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises est comptabilisé en marge brute dans sa totalité.

Le montant de la réévaluation des investissements et placements financiers transféré en résultat est comptabilisé en « Autres produits et charges financiers », voir Note 25 Résultat financier.

14.5 Écarts de conversion

La variation des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres au 31 décembre 2007, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analyse par devise de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2007	Variation	2006	2005
Dollar US	(545)	(391)	(154)	202
Yen japonais	(29)	(12)	(17)	6
Hong Kong dollar	(61)	(50)	(11)	21
Livre sterling	(7)	(36)	29	16
Autres devises	(7)	(24)	17	41
Couvertures d'actifs nets en devises ⁽¹⁾	41	24	17	6
Total	(608)	(489)	(119)	292

(1) Voir Note 17.5 Analyse de la dette financière brute par devise.

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 sur capitaux propres ;
- dette financière nette sur EBITDA ;
- capitaux permanents sur actifs immobilisés ;
- capacité d'autofinancement ;
- variation de trésorerie avant opérations de financement ;
- part de la dette à long terme dans la dette financière nette...

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 S.A. 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 (court terme et long terme), 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 3 ans et de 4 ans, pour les plans émis depuis 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 de une action pour une option attribuée.

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée Générale du 12 mai 2005 a autorisé le Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2008, 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 à leurs bénéficiaires est définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans et la durée minimale de l'obligation de conservation par les bénéficiaires est de deux années supplémentaires.

15.1 Plans d'options de souscription

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées	Prix d'exercice (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2007	Nombre d'options devenues caduques en 2007	Nombre d'options non exercées au 31/12/2007
21 janvier 2004	2 720 425	55,70	4 ans	-	51 550	2 637 625
"	27 050	58,90	"	-	3 000	23 050
12 mai 2005	1 852 150	52,82	"	-	21 125	1 828 575
"	72 250	55,83	"	-	1 500	70 750
11 mai 2006	1 674 709	78,84	"	-	12 650	1 662 059
"	114 650	82,41	"	-	700	113 950
10 mai 2007	1 679 988	86,12	"	-	604	1 679 384
				-	91 129	8 015 393

	2007		2006		2005	
	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 non exercées au 1^{er} janvier	6 426 534	61,39	4 637 175	54,57	2 747 475	55,73
Attributions	1 679 988	86,12	1 789 359	79,07	1 924 400	52,93
Options caduques	(91 129)	58,76	-	-	(34 700)	55,59
Options exercées	-	-	-	-	-	-
Options non exercées au 31 décembre	8 015 393	66,60	6 426 534	61,39	4 637 175	54,57

Les attributions de l'exercice sont constituées du plan d'options de souscription au prix d'exercice unitaire de 86,12 euros mis en place le 10 mai 2007 ; la période d'indisponibilité des options est de 4 ans.

15.2 Plans d'options d'achat

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 2007 ⁽³⁾	Nombre d'options devenues caduques en 2007 ⁽³⁾	Nombre d'options non exercées au 31/12/2007 ⁽³⁾
29 mai 1997	233 040	37,50	3 ans	469 875	61 960	-
29 janvier 1998	269 130	25,92	"	328 340		109 885
16 mars 1998	15 800	31,25	"	55 000		-
20 janvier 1999	320 059	32,10	"	660 270	94 935	203 790
16 septembre 1999	44 000	54,65	"	30 000	30 000	150 000
19 janvier 2000	376 110	80,10	"	29 000	162 050	1 603 850
23 janvier 2001	2 649 075	65,12	"	339 585	107 250	1 847 315
6 mars 2001	40 000	63,53	"	5 000		30 000
14 mai 2001	1 105 877	66,00	4 ans	48 600		481 094
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	"	317 105	59 300	1 916 212
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	"	1 549 077	23 300	1 264 273
22 janvier 2003	58 500	38,73	"	6 250	6 000	32 800
				3 838 102	544 795	8 253 029

(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).

	2007		2006		2005	
	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 non exercées au 1^{er} janvier	12 635 926	51,36	14 927 777	49,48	17 148 615	48,66
Attributions	-	-	-	-	-	-
Options caduques	(544 795)	56,24	(48 893)	63,59	(956 498)	61,61
Options exercées	(3 838 102)	39,06	(2 242 958)	39,83	(1 264 340)	29,21
Options non exercées au 31 décembre	8 253 029	56,74	12 635 926	51,36	14 927 777	49,48

15.3 Plans d'attribution d'actions gratuites

Date de l'Assemblée	Date d'ouverture du plan	Nombre d'actions attribuées	Période d'acquisition des droits	Attributions caduques en 2007	Remise définitive des actions en 2007	Nombre d'actions attribuées au 31/12/2007
12 mai 2005	12 mai 2005	97 817	2 ans	4 083	93 059	-
12 mai 2005	11 mai 2006	164 306	"	4 610	-	159 696
12 mai 2005	10 mai 2007	152 076	"	268	-	151 808
				8 961	93 059	311 504

Un plan d'attribution d'actions gratuites portant sur 152 076 actions a été mis en place le 10 mai 2007. Les actions sont attribuées définitivement aux bénéficiaires au terme d'une période d'indisponibilité de deux ans, au-delà de laquelle les actions doivent être conservées par les bénéficiaires deux années supplémentaires.

15.4 Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

Un plan équivalent à l'attribution de 48 248 actions gratuites a été mis en place le 10 mai 2007.

Des plans de rémunération équivalents à des plans d'option d'achat ont été mis en place les 21 janvier 2004 et 12 mai 2005 ; ils portaient initialement sur 206 750 et 187 300 actions respectivement. En outre, deux plans équivalents à l'attribution de 39 300 et

12 000 actions gratuites ont été mis en place respectivement les 11 mai et 1^{er} août 2006.

Ces plans ont une période d'acquisition des droits de 4 ans.

Au 31 décembre 2007, le montant du passif relatif à ces plans s'élève à 11 millions d'euros.

15.5 Charge de l'exercice

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 suivantes :

	Plans 2007	Plans 2006	Plans 2005
Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (en euros)	86,67	84,05	57,05
Prix d'exercice moyen (en euros)	86,12	79,07	52,82
Volatilité du cours de l'action LVMH	24,0 %	24,5 %	21,7 %
Taux de distribution de dividendes	2,0 %	1,4 %	1,65 %
Taux de placement sans risque	4,4 %	4,1 %	3,06 %
Durée de la 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 des options de souscription et des actions gratuites attribuées en 2007 sont de 22,31 euros et 83,71 euros, respectivement.

La charge de l'exercice résultant de ces évaluations est présentée ci-dessous ; sont pris en compte en 2005, 2006 et 2007 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.

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	43	34	25
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	3	1	5
Charge de l'exercice	46	35	30

16. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Au 1^{er} janvier	991	1 025	893
Part des minoritaires dans le résultat	306	281	228
Dividendes versés aux minoritaires	(156)	(120)	(120)
Effets des variations de périmètre :			
acquisition de titres de minoritaires de Millennium	-	-	(76)
acquisition de titres de minoritaires de Fendi	(27)	(2)	-
acquisition de titres de minoritaires de Donna Karan	-	(4)	-
consolidation de Wen Jun	9	-	-
autres variations de périmètre	3	-	(1)
Total des effets des variations de périmètre	(15)	(6)	(77)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	1	6	3
Part des minoritaires dans les variations suivantes :			
écarts de réévaluation	19	29	(12)
écart de conversion	(86)	(90)	107
charges liées aux plans d'options	4	3	2
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	(126)	(137)	1
Au 31 décembre	938	991	1 025

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)	2007	2006	2005
Dette financière à long terme	2 477	3 235	3 747
Dette financière à court terme	3 138	2 100	2 642
Dette financière brute	5 615	5 335	6 389
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(51)	(74)	(151)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	5 564	5 261	6 238
Placements financiers	(879)	(607)	(421)
Autres actifs financiers	(32)	(32)	(29)
Trésorerie et équivalents	(1 559)	(1 222)	(1 470)
Dette financière nette	3 094	3 400	4 318

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)	2007	2006	2005
Titres à durée indéterminée (TDI)	-	-	32
Emprunts obligataires et EMTN	2 169	2 777	3 023
Crédit-bail et locations de longue durée	117	131	156
Emprunts auprès des établissements de crédit	191	327	536
Dette financière à long terme	2 477	3 235	3 747
Emprunts obligataires et EMTN	791	219	1 195
Crédit-bail et locations de longue durée	18	22	22
Emprunts auprès des établissements de crédit	117	170	146
Billets de trésorerie	1 086	516	323
Autres emprunts et lignes de crédit	583	624	468
Titres à durée indéterminée (TDI)	-	12	-
Découverts bancaires	472	457	390
Intérêts courus	71	80	98
Dette financière à court terme	3 138	2 100	2 642
Dette financière brute totale	5 615	5 335	6 389
Valeur de marché de la dette financière brute	5 603	5 351	6 455

La part de la dette financière comptabilisée selon l'option juste valeur décrite en Note 1.18 est de 290 millions d'euros au 31 décembre 2007 (292 millions d'euros au 31 décembre 2006, 308 millions d'euros au 31 décembre 2005) ; son nominal est de 535 millions d'euros au 31 décembre 2007 (1 297 millions d'euros aux 31 décembre 2006 et 2005).

17.3 Emprunts obligataires et EMTN

(en millions d'euros)	Échéance	Taux effectif initial ⁽¹⁾ (%)	2007	2006	2005
CHF 300 000 000 ; 2007	2013	3,46	185	-	-
EUR 600 000 000 ; 2005	2012	3,43	598	598	598
EUR 600 000 000 ; 2004	2011	4,74	604	606	625
EUR 750 000 000 ; 2003	2010	5,05	742	746	773
EUR 500 000 000 ; 2001	2008	6,27	502	508	525
EUR 800 000 000 ; 1999	2006	-	-	-	808
Émissions publiques			2 631	2 458	3 329
En euros			289	480	531
En devises			40	58	358
Placements privés EMTN			329	538	889
Total emprunts obligataires et EMTN			2 960	2 996	4 218

(1) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

17.4 Analyse de la dette financière brute par échéance

(en millions d'euros)		2007
Echéance	2008	3 138
	2009	159
	2010	815
	2011	611
	2012	620
	Au-delà	272
Total		5 615

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

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Euro	4 110	3 348	4 200
Dollar US	217	431	384
Franc suisse	666	814	881
Yen	296	253	403
Autres devises	275	415	370
Total	5 564	5 261	6 238

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 effet des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Taux variable	2 963	1 756	604
Taux variable plafonné	-	1 400	2 531
Taux fixe	2 601	2 105	3 103
Total	5 564	5 261	6 238

17.7 Covenants

Le Groupe s'est engagé par le passé, dans certaines lignes de crédit à long terme, à respecter un ratio de couverture de la dette financière nette par les cash flows de l'année.

Le niveau actuel de ce ratio est très éloigné du seuil contractuel, de telle sorte que le Groupe dispose d'une flexibilité financière élevée au regard de ces engagements.

17.8 Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2007, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,9 milliards d'euros.

17.9 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2007, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 100 millions d'euros.

18. PROVISIONS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	237	260	264
Provisions pour risques et charges	712	685	631
Provisions pour réorganisation	27	38	54
Part à plus d'un an	976	983	949
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	5	4	5
Provisions pour risques et charges	228	142	152
Provisions pour réorganisation	63	109	148
Part à moins d'un an	296	255	305
Total	1 272	1 238	1 254

Au cours de l'exercice 2007, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 décembre 2006	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 décembre 2007
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	264	34	(42)	-	(1)	(13)	242
Provisions pour risques et charges	827	239	(65)	(60)	3	(4)	940
Provisions pour réorganisation	147	12	(62)	(2)	-	(5)	90
Total	1 238	285	(169)	(62)	2	(22)	1 272
dont : résultat opérationnel courant		138	(106)	(23)			
résultat financier		-	-	-			
autres		147	(63)	(39)			

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)	2007	2006	2005
Engagements d'achat de titres de minoritaires	3 862	3 490	3 151
Instruments dérivés	20	17	15
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	109	100	63
Autres dettes	156	148	128
Total	4 147	3 755	3 357

(1) Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

Aux 31 décembre 2005, 2006 et 2007, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo plc pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de 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 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 financiers non courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

20. AUTRES PASSIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Instruments dérivés	27	30	98
Personnel et organismes sociaux	514	488	485
Participation du personnel aux résultats	39	29	44
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	234	239	212
Clients : avances et acomptes versés	77	68	104
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	271	168	192
Produits constatés d'avance	49	47	46
Autres dettes	341	341	358
Total	1 552	1 410	1 539

La valeur de marché des autres passifs financiers 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 MARCHE

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 et les transactions sur instruments financiers sont effectuées de façon aussi centralisée que possible. Les instruments les plus complexes sont ceux dont la gestion est la plus centralisée.

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.

21.2 Présentation des instruments financiers au bilan

Les tableaux ci-dessous présentent une ventilation des actifs et passifs financiers comptabilisés au bilan selon les catégories d'évaluation définies par la norme IAS 39 Instruments financiers, comptabilisation et évaluation. En complément des principes comptables appliqués par LVMH 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, ainsi que les engagements d'achat de titres de minoritaires (voir notes 1.10 et 19).

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		265	3 862
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		1 476	49
Passifs		13 409	13 397			47	290	9 161	3 911

Exercice 2006

31 décembre 2006 <i>(en millions d'euros)</i>	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		248	3 490
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		1 333	47
Passifs		12 399	12 415			47	292	8 523	3 537

Exercice 2005

31 décembre 2005 <i>(en millions d'euros)</i>	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	451	451		451				
Autres actifs non courants		660	660	550		110			
Créances clients et comptes rattachés	10	1 370	1 370	1 370					
Autres actifs courants	11	1 225	1 225	463	421	136			205
Trésorerie et équivalents	13	1 470	1 470				1 470		
Actifs		5 176	5 176	2 383	872	246	1 470		205
Dettes financières à long terme	17	3 747	3 811				308	3 439	
Autres passifs non courants	19	3 357	3 357			15		191	3 151
Dettes financières à court terme	17	2 642	2 644					2 642	
Fournisseurs et comptes rattachés		1 732	1 732					1 732	
Autres passifs courants	20	1 539	1 539			98		1 395	46
Passifs		13 017	13 083			113	308	9 399	3 197

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)		Notes	2007	2006	2005
Risque de taux d'intérêt					
Actifs :	non courants		18	29	94
	courants		73	89	119
Passifs :	non courants		(20)	(17)	(13)
	courants		(20)	(27)	(49)
		21.4	51	74	151
Risque de change					
Actifs :	non courants		6	2	16
	courants		238	153	17
Passifs :	non courants		-	-	(2)
	courants		(7)	(3)	(49)
		21.5	237	152	(18)
Total					
Actifs :	non courants		24	31	110
	courants	11	311	242	136
Passifs :	non courants	19	(20)	(17)	(15)
	courants	20	(27)	(30)	(98)
			288	226	133

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 2007 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Échéance ⁽¹⁾			Valeur de marché ⁽²⁾		
	2008	2009 à 2012	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :						
- payeur fixe	-	1 000	1 000	15	10	25
- payeur variable	1 535	1 553	3 088	23	(2)	21
Swaps de devises	-	35	35	-	5	5
Total				38	13	51

(1) Montants nominaux.

(2) 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 2007 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Exercice d'affectation ⁽¹⁾				Valeur de marché ⁽²⁾				
	2007	2008	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	408	1 646	61	2 115	146	7		21	174
Put JPY	55	525	39	619	25	1		2	28
	463	2 171	100	2 734	171	8	-	23	202
Tunnels									
Vendeur JPY	28	39	52	119	2				2
	28	39	52	119	2	-	-	-	2
Contrats à terme ⁽³⁾									
USD	1 218	(214)	(3)	1 001			26	2	28
JPY	63	56		119	2	2		3	7
GBP	69	40		109	2	1			3
Autres	78	75	16	169					-
	1 428	(43)	13	1 398	4	3	26	5	38
Swaps cambistes ⁽³⁾									
CHF	460			460				4	4
USD	(446)	(34)		(480)				(11)	(11)
GBP	4			4				1	1
JPY	(81)			(81)			1	(1)	-
Autres	84			84				1	1
	21	(34)	-	(13)	-	-	1	(6)	(5)
Total					177	11	27	22	237

(1) Montants nominaux.

(2) Gain / (Perte).

(3) Vente / (Achat).

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 2007 seraient les suivantes :

(en millions d'euros)	Dollar US		Yen japonais	
	+ 10%	- 10%	+ 10%	- 10%
Résultat net ⁽¹⁾	49	(5)	15	(7)
Capitaux propres, hors résultat net ⁽¹⁾	396	(295)	(3)	30
Valeur de marché des instruments dérivés	(280)	317	(34)	77

(1) Après effet d'impôt.

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 utilise des instruments financiers dans ce domaine en général pour réduire la sensibilité de la position à la variation des cours de bourse. Tel est par exemple le cas des equity swaps sur l'action LVMH, qui permettent de couvrir les plans de rémunération liés au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire, dont la variation

de valeur affecte le compte de résultat. Le Groupe peut aussi utiliser des produits dérivés pour construire synthétiquement une exposition à un actif particulier sans pour autant acquérir celui-ci. Le montant nominal des instruments dérivés à nature ferme liés à la gestion du risque actions (achat ou vente à terme, contrat à terme indiciel, equity swap...) en vie au 31 décembre 2007 s'élevait à 121 millions d'euros. À la même date, aucun instrument conditionnel (option d'achat, de vente...) n'était de nature à figurer dans les comptes consolidés du Groupe parmi les actifs ou passifs financiers.

La valeur de marché de ces instruments au 31 décembre 2007 était négligeable.

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 nette à court terme avant impact des instruments dérivés soit 0,7 milliard d'euros, ou de l'en-cours de son programme de billets de trésorerie, soit 1,1 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 3,9 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 2007, l'échéancier contractuel des décaissements, nominal et intérêts hors effet d'actualisation :

(en millions d'euros)	2008	2009	2010	2011	2012	Au-delà de 5 ans	Non déterminée	Total
Emprunts obligataires et EMTN	965	133	818	641	627	187		3 371
Emprunts auprès des établissements de crédit	129	110	62	3	20	2		326
Autres emprunts et lignes de crédit	599							599
Crédit-bail et locations de longue durée	22	20	18	16	14	344		434
Billets de trésorerie	1 086							1 086
Découverts bancaires	472							472
Dette financière brute	3 273	263	898	660	661	533	-	6 288
Instruments dérivés	27	13	6	1				47
Autres passifs financiers	1 476	37	29	28	31	140		1 741
Fournisseurs et comptes rattachés	2 095							2 095
Autres passifs financiers	3 598	50	35	29	31	140	-	3 883
Total des passifs financiers	6 871	313	933	689	692	673	-	10 171

22. INFORMATION SECTORIELLE

22.1 Informations par groupe d'activités

Exercice 2007

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective ⁽⁶⁾	Autres et Holdings	Éliminations ^{(1) (4) (5)}	2007
Ventes hors Groupe	3 220	5 591	2 563	818	4 167	122	-	16 481
Ventes entre groupes d'activités	6	37	168	15	12	6	(244)	-
Total des ventes	3 226	5 628	2 731	833	4 179	128	(244)	16 481
Résultat opérationnel courant	1 058	1 829	256	141	439	(154)	(14)	3 555
Autres produits et charges opérationnels	(4)	(18)	(17)	(3)	(24)	(60)	-	(126)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	199	241	116	28	243	173	-	1 000
Charges d'amortissement	71	210	103	21	125	24	-	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	2 429	1 739	709	266	1 745	1 622	4 869	13 379
Total actif	8 652	7 248	1 899	1 513	4 896	1 712	4 821	30 741
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	12 528	12 528
Passifs opérationnels	1 064	977	833	155	1 053	458	13 673	18 213
Total passif et capitaux propres	1 064	977	833	155	1 053	458	26 201	30 741

Exercice 2006

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective ⁽⁶⁾	Autres et Holdings	Éliminations ^{(1) (4) (5)}	2006
Ventes hors Groupe	2 989	5 190	2 379	724	3 879	145	-	15 306
Ventes entre groupes d'activités	5	32	140	13	12	6	(208)	-
Total des ventes	2 994	5 222	2 519	737	3 891	151	(208)	15 306
Résultat opérationnel courant	962	1 633	222	80	400	(137)	12	3 172
Autres produits et charges opérationnels	(12)	(44)	(30)	(9)	(27)	2	-	(120)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	107	308	99	25	186	50	-	775
Charges d'amortissement	61	208	98	21	117	16	-	521
Charges de dépréciation	-	5	-	-	7	10	-	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	2 220	1 752	648	229	1 575	1 548	3 888	11 860
Total actif	7 886	7 333	1 812	1 473	4 776	1 654	3 851	28 785
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	11 594	11 594
Passifs opérationnels	1 025	935	736	156	1 010	428	12 901	17 191
Total passif et capitaux propres	1 025	935	736	156	1 010	428	24 495	28 785

Exercice 2005

De Beers LV ayant été reclassé en 2006 du groupe Autres et Holdings au groupe Montres et Joaillerie, les données de 2005 ont été retraitées afin de les rendre comparables à celles de 2006.

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective ⁽⁶⁾	Autres et Holdings	Éliminations ^{(1) (4) (5)}	2005
Ventes hors Groupe	2 639	4 781	2 161	575	3 637	117	-	13 910
Ventes entre groupes d'activités	5	31	124	10	11	6	(187)	-
Total des ventes	2 644	4 812	2 285	585	3 648	123	(187)	13 910
Résultat opérationnel courant	869	1 467	173	21	347	(129)	(5)	2 743
Autres produits et charges opérationnels	(3)	(25)	(10)	-	(183)	-	-	(221)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	100	302	115	26	135	36	-	714
Charges d'amortissement	59	187	91	19	112	27	-	495
Charges de dépréciation	-	-	-	-	72	11	-	83
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 830	5 033	938	1 041	2 861	86	-	12 789
Stocks	2 479	661	227	219	534	64	(50)	4 134
Autres actifs opérationnels	1 899	1 672	669	220	1 542	1 647	3 481	11 130
Total actif	7 208	7 366	1 834	1 480	4 937	1 797	3 431	28 053
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	10 484	10 484
Passifs opérationnels	932	960	666	145	1 043	592	13 231	17 569
Total passif et capitaux propres	932	960	666	145	1 043	592	23 715	28 053

(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 normalement 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 au cours de l'exercice au titre de ces investissements.

(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) Dont ventes de la Samaritaine : 15, 14 et 51 millions d'euros respectivement aux 31 décembre 2007, 2006 et 2005.

22.2 Informations par zone géographique

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

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
France	2 348	2 197	2 073
Europe (hors France)	3 790	3 332	2 850
États-Unis	4 124	4 009	3 686
Japon	1 856	1 985	2 013
Asie (hors Japon)	3 044	2 651	2 301
Autres pays	1 319	1 132	987
Ventes	16 481	15 306	13 910

La répartition des investissements opérationnels par zone géographique est la suivante :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
France	399	295	317
Europe (hors France)	231	119	126
États-Unis	199	138	126
Japon	32	91	18
Asie (hors Japon)	94	78	95
Autres pays	45	54	32
Investissements opérationnels	1 000	775	714

Les investissements opérationnels sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués pendant cette période au titre des investissements.

23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

23.1 Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Ventes réalisées par les marques et enseignes	16 155	14 974	13 718
Royalties et revenus de licences	107	105	101
Revenus des immeubles locatifs	39	34	33
Autres	180	193	58
Total	16 481	15 306	13 910

23.2 Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Frais de publicité et de promotion	1 953	1 783	1 541
Loyers commerciaux	978	932	870
Charges de personnel	2 716	2 569	2 399

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 2007, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 2 048 (1 859 en 2006, 1 723 en 2005).

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)	2007	2006	2005
Loyers fixes ou minima	402	356	266
Part variable des loyers indexés	176	173	185
Concessions aéroportuaires - part fixe ou minima	204	209	248
Part variable des concessions aéroportuaires	196	194	171
Loyers commerciaux	978	932	870

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Salaires et charges sociales	2 628	2 471	2 340
Retraites, frais médicaux et autres avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	42	63	29
Charges liées aux plans d'options et assimilés	46	35	30
Total	2 716	2 569	2 399

24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Amortissement des marques et enseignes	(6)	(6)	(7)
Dépréciation des marques, enseignes et écarts d'acquisition	(10)	(15)	(49)
Dépréciation d'actifs corporels	-	(7)	(34)
Résultat de cessions	(81)	-	-
Réorganisations	(25)	(63)	(132)
Autres	(4)	(29)	1
Autres produits et charges opérationnels	(126)	(120)	(221)

En 2007, les autres produits et charges sont 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, concernent principalement les groupes d'activité Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques.

Les autres produits et charges opérationnels incluaient en 2005 des charges exceptionnelles de 179 millions d'euros liées à la nécessité de fermer au public le grand magasin parisien de la Samaritaine pour la réalisation d'importants travaux de mise en sécurité et conformité.

25. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Coût de la dette financière brute, hors TDI	(241)	(201)	(199)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	30	23	15
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux, hors TDI	2	7	1
Impact des TDI	2	(2)	(5)
Coût de la dette financière nette	(207)	(173)	(188)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	29	21	44
Part inefficace des dérivés de change	(97)	(45)	(106)
Résultat de cession d'investissements et placements financiers	44	164	128
Autres, nets	(21)	(20)	(21)
Autres produits et charges financiers	(45)	120	45
Résultat financier	(252)	(53)	(143)

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

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Revenus de la trésorerie et équivalents	20	17	12
Intérêts sur créances financières	10	6	3
Produits de la trésorerie et des placements financiers	30	23	15

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux, hors TDI, proviennent de la réévaluation des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Dettes financières couvertes, hors TDI	16	77	30
Dérivés de couverture	(15)	(77)	(29)
Dérivés non affectés	(1)	(1)	(3)
Dettes comptabilisées selon l'option juste valeur	2	8	3
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux, hors TDI	2	7	1

La part inefficace des dérivés de change s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Coût financier des couvertures de change commerciales	(97)	(47)	(89)
Coût financier des couvertures d'actifs nets en devises	(1)	(7)	(11)
Variation de valeur de marché des dérivés non affectés	1	9	(6)
Part inefficace des dérivés de change	(97)	(45)	(106)

Les cessions d'investissements et placements financiers réalisées au cours de l'exercice 2007 ont dégagé des plus-values de 44 millions d'euros, contre 164 millions d'euros en 2006. Ces dernières provenaient notamment de la cession d'actions Bouygues et de diverses participations détenues par le FCPR L Capital.

En 2005, les résultats de cession d'investissements et placements financiers étaient constitués, à hauteur de 99 millions d'euros, de plus-values de cession de titres Bouygues.

26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

26.1 Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Impôt courant de la période	(984)	(986)	(594)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	7	4	10
Impôt courant	(977)	(982)	(584)
Variation des impôts différés	77	135	(132)
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	47	-	(2)
Impôts différés	124	135	(134)
Charge totale d'impôt	(853)	(847)	(718)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	(33)	(73)	15

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

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Résultat avant impôt	3 177	2 999	2 379
Charge totale d'impôt	(853)	(847)	(718)
Taux d'imposition effectif	27 %	28 %	30 %

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)	2007	2006	2005
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,9
- changements de taux d'impôt	(1,4)	0,1	0,1
- différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(4,3)	(3,4)	(2,9)
- résultats et reports déficitaires	(3,8)	(5,3)	(3,3)
- différences entre les résultats consolidés et imposables, et résultats imposables à un taux réduit	1,6	2,0	0,6
- retenues à la source	0,4	0,4	0,8
Taux d'imposition effectif du Groupe	26,8	28,2	30,2

Depuis 2000, les sociétés françaises sont soumises à un supplément d'impôt dont le taux était de 4,8 % pour 2005 et 3,3 % pour 2006 et 2007 portant ainsi le taux d'imposition théorique à 34,4 % en 2007 et 2006 et 34,9 % en 2005.

26.3 Sources d'impôts différés

Au compte de résultat (en millions d'euros)	2007	2006	2005
Évaluation des marques	16	(45)	(17)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	2	-	1
Autres écarts de réévaluation	-	(3)	-
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	10	(3)	(86)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	8	(8)	8
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	28	22	(2)
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	6	25	15
Autres retraitements de consolidation ⁽¹⁾	64	106	(55)
Reports déficitaires	(10)	42	2
Total	124	136	(134)

En capitaux propres (en millions d'euros)	2007	2006	2005
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(21)	(36)	(13)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	18	(2)	(26)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(20)	(35)	54
Total	(23)	(73)	15

Au bilan (en millions d'euros)	2007	2006	2005
Évaluation des marques	(2 120)	(2 209)	(2 295)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(443)	(412)	(350)
Autres écarts de réévaluation	(304)	(303)	(315)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(7)	(36)	(27)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(26)	(21)	20
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	78	94	45
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	201	196	162
Autres retraitements de consolidation ⁽¹⁾	156	87	(2)
Reports déficitaires	114	137	143
Total	(2 351)	(2 467)	(2 619)

(1) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Impôts différés actifs	492	395	306
Impôts différés passifs	(2 843)	(2 862)	(2 925)
Impôts différés nets au bilan	(2 351)	(2 467)	(2 619)

26.4 Reports déficitaires

Au 31 décembre 2007, 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 360 millions d'euros (529 millions d'euros en 2006, 763 millions d'euros en 2005).

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 85 millions d'euros en 2007 (46 millions d'euros en 2006 et 132 millions d'euros en 2005).
- 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 119 millions d'euros en 2007 (113 millions d'euros en 2006, 74 millions d'euros en 2005).

27. RÉSULTATS PAR ACTION

	2007	2006	2005
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	2 025	1 879	1 440
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	489 937 410	489 937 410	489 937 410
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur la période	(15 609 467)	(18 035 590)	(19 731 021)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	474 327 943	471 901 820	470 206 389
Résultat par action (en euros)	4,27	3,98	3,06
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	474 327 943	471 901 820	470 206 389
Effet de dilution des plans d'options	5 563 770	5 570 135	3 840 868
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets de dilution	479 891 713	477 471 955	474 047 257
Résultat par action après dilution (en euros)	4,22	3,94	3,04

28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

28.1 Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Coût des services rendus	38	48	40
Effet de l'actualisation	22	22	20
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(18)	(14)	(13)
Amortissement des écarts actuariels	(2)	1	-
Coût des services passés	2	2	2
Modifications des régimes	-	4	(20)
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	42	63	29
Rendement / (coût) effectif des actifs des régimes financiers dédiés	17	25	22

28.2 Engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Droits couverts par des actifs financiers	503	510	470
Droits non couverts par des actifs financiers	111	131	137
Valeur actualisée des droits	614	641	607
Valeur de marché des actifs financiers	(403)	(385)	(343)
Écarts actuariels non comptabilisés au bilan	27	10	8
Coût des services passés non encore comptabilisés	(8)	(10)	(12)
Éléments non reconnus	19	-	(4)
Engagement net comptabilisé	230	256	260
Dont :			
Provisions à long terme	237	260	264
Provisions à court terme	5	4	5
Immobilisations financières	(12)	(8)	(9)
Total	230	256	260

28.3 Analyse de la variation de l'engagement

(en millions d'euros)	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Éléments non reconnus	Engagements nets comptabilisés
Au 31 décembre 2006	641	(385)	-	256
Charge de l'exercice	60	(18)	-	42
Prestations aux bénéficiaires	(48)	32	-	(16)
Augmentation des actifs financiers dédiés		(40)	-	(40)
Contributions des employés	2	(2)	-	-
Effet des variations de taux de change	(25)	15	(2)	(12)
Variations de périmètre et reclassifications	4	(5)	1	-
Modifications des régimes	(5)		5	-
Écarts actuariels : effets d'expérience	(1)	-	1	-
Écarts actuariels : changements d'hypothèses	(14)	-	14	-
Au 31 décembre 2007	614	(403)	19	230

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements au 31 décembre 2007, dans les principaux pays de localisation de ces derniers, sont les suivantes :

(en pourcentage)	2007			2006			2005		
	France	Japon	États-Unis	France	Japon	États-Unis	France	Japon	États-Unis
Taux d'actualisation	5	2,25	6	4,5	2	5,75	4	2	5,75
Taux de rendement attendu des placements	4,75	4	7,75	4,5	4	8	4	4	8
Taux d'augmentation future des salaires	3,25	2,5	4,5	2 à 4	2 à 4	2 à 4,5	2 à 4,5	2 à 4,5	2 à 4,5

En outre, pour toutes les périodes présentées, le taux d'augmentation des frais médicaux retenu aux États-Unis est décroissant de 9 % à 5 % sur les cinq premières années, puis de 5 % ultérieurement.

28.4 Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Indemnités de départ en retraite et assimilées	90	85	85
Frais médicaux des retraités	36	49	53
Médailles du travail	11	11	12
Retraites complémentaires	453	467	430
Préretraites	12	13	17
Autres	12	16	10
Valeur actualisée des droits	614	641	607

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
France	275	278	261
Europe (hors France)	177	190	169
Amérique	100	112	115
Japon	53	52	54
Asie (hors Japon)	9	9	8
Valeur actualisée des droits	614	641	607

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2007 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 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 remboursement de frais médicaux des retraités, mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe ainsi que le TFR (Trattamento di Fine Rapporto) en Italie, dont le versement est prévu par la loi au moment du départ de l'entreprise, quel qu'en soit le motif ;
- aux États-Unis, l'engagement provient des régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place par certaines sociétés du Groupe.

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)	2007	2006	2005
Actions	51	48	46
Obligations :			
- émetteurs privés	33	32	25
- émetteurs publics	11	15	22
Immobilier, trésorerie et autres actifs	5	5	7
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.

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

29.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Raisins, vins et eaux-de-vie	1 690	1 547	997
Autres engagements d'achat de matières premières	24	41	20
Immobilisations industrielles ou commerciales	105	151	58
Titres de participation et investissements financiers	55	84	59

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. Leur augmentation en 2006 résulte de la signature de contrats d'approvisionnement de longue durée.

Au 31 décembre 2007, 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	584	634	472	1 690
Autres engagements d'achat de matières premières	17	7	-	24
Immobilisations industrielles ou commerciales	72	33	-	105
Titres de participation et investissements financiers	46	3	6	55

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 2007, 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)	2007	2006	2005
À moins d'un an	687	609	553
De un à cinq ans	1 831	1 359	1 508
Au-delà de cinq ans	935	778	825
Engagements donnés au titre de locations simples et redevances de concessions	3 453	2 746	2 886
À moins d'un an	21	20	18
De un à cinq ans	42	46	44
Au-delà de cinq ans	4	2	8
Engagements reçus au titre de sous-locations	67	68	70

L'augmentation en 2007 des engagements donnés provient principalement des concessions aéroportuaires et notamment de celle du nouveau terminal de l'aéroport de Singapour, obtenue au cours de l'exercice.

Locations financement

Au 31 décembre 2007, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location financement s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2007		2006		2005	
	Paie- ments minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paie- ments minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paie- ments minima futurs	Valeur actuelle des paiements
À moins d'un an	22	21	27	27	32	29
De un à cinq ans	68	44	76	50	85	67
Au-delà de cinq ans	344	70	395	76	464	81
Total des paiements minima futurs	434		498		581	
Part représentative d'intérêts financiers	(299)		(345)		(404)	
Valeur actuelle des paiements minima futurs	135	135	153	153	177	177

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 2007, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Avals et cautions	61	56	37
Autres garanties	28	56	54
Garanties données	89	112	91
Garanties reçues	32	63	35

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	22	25	14	61
Autres garanties	17	11	-	28
Garanties données	39	36	14	89
Garanties reçues	12	15	5	32

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 S.A.

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 S.A. et ses filiales. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique en matière de design de flacons de parfums ou de montres, ainsi qu'en matière de campagnes média.

LVMH distribue les produits commercialisés par Christian Dior dans le cadre de son activité de 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 transactions entre LVMH et Christian Dior, réalisées à prix de marché, peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Achats de LVMH à Christian Dior	(16)	(13)	(17)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(9)	(7)	(11)
Ventes de LVMH à Christian Dior	16	15	9
Solde clients au 31 décembre	3	1	2

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)	2007	2006	2005
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(6)	(5)	(5)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(1)	(2)	(2)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	2	2	1
Solde clients au 31 décembre	-	-	-

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 24 % des frais communs en 2007 (24 % en 2006, 23 % en 2005). Le total des charges administratives de Moët Hennessy, après prise en compte des effets de cette convention, s'élève à 33 millions d'euros en 2007 (27 millions d'euros en 2006, 25 millions d'euros en 2005), le total

des charges administratives supportées par les activités de Vins et Spiritueux étant de 55 millions d'euros en 2007 (48 millions d'euros en 2006, 44 millions d'euros en 2005).

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 :

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	46	42	50
Avantages post emploi	9	8	7
Autres avantages à long terme	13	6	2
Indemnités de fin de contrat de travail	-	-	-
Coût des plans d'options et assimilés	20	16	15
Total	88	72	74

L'engagement net comptabilisé au 31 décembre 2007 au titre des avantages post-emploi est de 5 millions d'euros (9 millions d'euros au 31 décembre 2006 et 2005).

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes, aucun événement significatif n'est intervenu.

LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2007

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
VINS ET SPIRITUEUX			
Champagne Moët & Chandon SCS	Epernay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Epernay, France	100 %	66 %
Schieffelin Partner Inc	New York, U.S.A.	100 %	66 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %
Chamfipar SA	Ay, France	100 %	66 %
Société Viticole de Reims SA	Ay, France	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Ay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Osterreich GmbH	Vienne, Autriche	90 %	59 %
Schieffelin & Somerset	New York, U.S.A.	100 %	66 %
Moët Hennessy (Nederland) BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	66 %
Moët Hennessy USA, Inc	New York, U.S.A.	100 %	66 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ⁽⁵⁾	100 %	66 %
Opera Vineyards SA	Buenos Aires, Argentine ⁽¹⁾	50 %	33 %
France Champagne SA	Epernay, France	100 %	66 %
Domaine Chandon, Inc	Yountville (Californie), U.S.A.	100 %	66 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	66 %
Moët Hennessy do Brasil - Vinhos E Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle Zélande	100 %	66 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), U.S.A.	90 %	59 %
Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Reims, France	100 %	66 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %
Veuve Clicquot U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Clicquot, Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	66 %
Veuve Clicquot Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100 %	66 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	66 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia S.p.a.	Milan, Italie	100 %	66 %
Krug SA	Reims, France	100 %	66 %
Champagne Ruinart SA	Reims, France	100 %	66 %
Ruinart UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Ruinart Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %
Ruinart España S.L.	Madrid, Espagne	100 %	66 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	65 %	65 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64 %	64 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %
Diageo Moët Hennessy BV LLC	Amsterdam, Pays-Bas ⁽⁵⁾	100 %	66 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande ⁽²⁾	40 %	26 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %
Riche Monde Orient Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽⁵⁾	100 %	66 %
Riche Monde (China) Ltd	Shanghai, Chine ⁽⁵⁾	100 %	66 %
M.H. - U.D.G. (Far East) Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽⁵⁾	100 %	66 %
Riche Monde Malaisie Inc	Petalang Jaya, Malaisie ⁽⁵⁾	50 %	33 %
Riche Monde Taipei Ltd	Taipei, Taiwan ⁽⁵⁾	100 %	66 %
Diageo Moët Hennessy Thailand Ltd	Bangkok, Thaïlande ⁽⁵⁾	100 %	66 %
Moët Hennessy Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	65 %
Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	65 %
MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
MHWH Limited	Limassol, Chypre	50 %	33 %
Moët Hennessy Whitehall Russia SA	Moscou, Russie	100 %	33 %
Moët Hennessy Diageo KK	Tokyo, Japon ⁽⁵⁾	100 %	66 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %
Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Millennium Import LLC	Minneapolis, Minnesota, USA	100 %	66 %
Millennium Brands Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Polmos Zyrardow	Zyrardow, Pologne	99 %	65 %
Moët Hennessy VR Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Glenaird Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	50 %	33 %
The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Wenjun Spirits Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
Wenjun Spirits Sales Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %

MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Manufacture de souliers Louis Vuitton S.r.l.	Fiesso d'Artico, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC	Saint Barthélémy, Antilles Françaises	100 %	100 %
Les Ateliers de Pondichery Private Ltd	Pondichery, Inde	100 %	100 %
Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sedivem SNC	Paris, France	100 %	100 %
Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
ELV SARL	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fashion Group UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Louis Vuitton Ukraine LLC	Kiev, Ukraine	100 %	100 %
LV Cup España S.L.	Valence, Espagne	100 %	100 %
Sociedad Catalana Talleres Artesanos Louis Vuitton SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Louis Vuitton Cyprus Limited	Nicosie, Chypre	100 %	100 %
Louis Vuitton Portugal Maleiro, Ltda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Louis Vuitton Ltd	Tel Aviv, Israël	100 %	100 %
Louis Vuitton Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Louis Vuitton Aktiebolag SA	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Louis Vuitton Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Louis Vuitton Osterreich G.m.b.H	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Louis Vuitton Cantacilik Ticaret Anonim Sirketi	Istanbul, Turquie	99 %	99 %
LV US Manufacturing, Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Hawaii Inc	Honolulu (Hawaii), U.S.A.	100 %	100 %
Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	40 %
Louis Vuitton Guam, Inc	Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan, Inc	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
Louis Vuitton Norge	Oslo, Norvège	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Vietnam Company Ltd	Hanoï, Vietnam	100 %	100 %
LVMH FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Louis Vuitton Panama	Panama City, Panama	100 %	100 %
Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Blinfar SA	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %
Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100 %	100 %
Louis Vuitton (Aruba) N.V	Oranjestad, Aruba	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LV Trading Hong Kong Limited	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (Philippines), Inc	Makati, Philippines	100 %	100 %
LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
PT Louis Vuitton Indonesia	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Louis Vuitton Taiwan, Ltd	Taipei, Taiwan	98 %	98 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
Louis Vuitton Australia, PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %	Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Givenchy Shanghai Commercial and Trading Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LV New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %	Gabrielle Studio, Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Kuwait CSP	Safat, Koweït	(4)	(4)	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, Emirats Arabes Unis	65 %	65 %	Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	100 %
LV Arabie Saoudite LLC	Jeddah, Arabie Saoudite	(4)	(4)	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	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	100 %	Fendi International BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Fendi International SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fashion Group (Shanghai) Trading Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Fun Fashion Emirates LLC	Dubaï, Emirats Arabes Unis	60 %	60 %
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	99 %	99 %	Fendi SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Americas Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %	Fun Fashion Bahrain WLL	Manama, Bahreïn	80 %	80 %
Louis Vuitton Canada, Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %	Fendi S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs International, LLC	New York, U.S.A. (*)	96 %	96 %	Fendi Dis Ticaret Limited Sirketi	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Marc Jacobs International (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi Adele S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs Trademark, LLC	New York, U.S.A. (*)	33 %	33 %	Fendi Immobili Industriali S.r.l.	Rome, Italie	100 %	100 %
Marc Jacobs International Japon 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 SA.	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, Iles 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 Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	98 %	Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Loewe Australia Pte Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %	Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Loewe Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Fendi Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %	Fun Fashion FZCO LLC	Dubaï, Emirats Arabes Unis	60 %	60 %
Société de Distribution Robert Estienne SNC	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Marianas, Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %
Manifattura Ferrarese S.r.l.	Ferrare, Italie	100 %	100 %	Fun Fashion Kuwait Co WLL	Koweït City, Koweït	80 %	80 %
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 SARRL	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 %	Fendi Jeddah	Jeddah, Arabie Saoudite	(4)	(4)
Modulo Italia S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Riyadh	Riyadh, Arabie Saoudite	(4)	(4)
Celine SA	Paris, France	100 %	100 %	Fun Fashion Spain SL	Marbella, Espagne	70 %	70 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %	Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	70 %	70 %
Enilec Gestion SARRL	Paris, France	100 %	100 %	Interservices & Trading SA	Lugano, Suisse	100 %	100 %
Celine Montaigne SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Silk SA	Lugano, Suisse	51 %	51 %
Celine Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %	Outshine Mexico S.r.l.	Mexico City, Mexique	100 %	100 %
Celine Production S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %	Emilio Pucci S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %
Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	Emilio Pucci International BV	Baarn, Pays-Bas	67 %	67 %
Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Emilio Pucci, Ltd	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Celine Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %	Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	99 %	99 %	Thomas Pink Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Celine Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Celine (Singapour) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Thomas Pink Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Celine Guam Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %	Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Celine Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Thomas Pink Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Celine Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	99 %	Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
CPC International Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	e-Luxury.com Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Kami SA	Montbazou, France	100 %	100 %				
Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %	PARFUMS ET COSMÉTIQUES			
Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %
Kenzo Homme UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	LVMH Parfums & Cosmétiques do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	France Argentine Cosmetics SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %	LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Givenchy Corporation	New York, U.S.A.	100 %	100 %	Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Givenchy Co Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %	LVMH P&C Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Gentleman Givenchy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Orient Co	Dubai, Emirats Arabes Unis	60 %	60 %
Parfums Christian Dior Emirates	Dubai, Emirats Arabes Unis	51 %	31 %
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 S.A.	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 K.K.	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 Shanghai Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
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	Wiesbaden, Allemagne	100 %	100 %
Guerlain GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cofra GmbH	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 Cosmetica 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 %
Make Up For Ever Italie S.r.l.	Milan, Italie	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 %
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 %
LBD Iberica SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
LBD Ménage 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 %
Etablissements Mancret Père & Fils SA	Grenoble, France	100 %	100 %
Inter-Vion Spolka Akeyjna SA	Varsovie, Pologne	51 %	51 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Europa Distribution SAS	Saint Etienne, France	100 %	100 %
LBD Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LBD Antilles SAS	Ducos, Martinique, France	100 %	100 %
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	Dublin, Irlande	100 %	80 %
Fresh Inc	Boston (Massachusetts), U.S.A.	80 %	80 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Luxe International SAS	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 %
Ebel 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 K.K.	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 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %
LVMH Watch et Jewelry Carribean & Latin America Inc	Coral Gables (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd	New Delhi, Inde	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry China	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	51 %	51 %
Zenith International SA	Le Locle, Suisse	100 %	100 %
Zenith Time Co Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch et 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 %
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 %
Benedom SARL	Paris, France	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 Deutschland GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
Clab S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos SA	Alimos, Grèce	50 %	50 %
Beauty Shop Romania SA	Bucarest, Roumanie	100 %	50 %
Spring Time Cosmetics SA	Athènes, Grèce	100 %	50 %
Sephora S.R.O.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %
Sephora Patras	Alimos, Grèce	51 %	25 %
Sephora Cosmetics España	Madrid, Espagne ⁽¹⁾	50 %	50 %
S+	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cyprus Ltd	Nicosie, Chypre	100 %	50 %
Sephora Slovensko S.R.O.	Bratislava, Slovaquie	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
Sephora Unitim Kozmetik AS	Istanbul, Turquie	60 %	60 %	TRS Saipan	Saipan, Iles Mariannes ⁽²⁾	45 %	28 %
Sephora Marinopoulos D.O.O.	Zagreb, Croatie	100 %	50 %	TRS Guam	Tumon, Guam ⁽²⁾	45 %	28 %
Trion SA	Alimos, Grèce	100 %	50 %	Tumon Entertainment LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cosmetics DOO	Belgrade, Serbie	100 %	50 %	Comete Guam Inc	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Sephora Moyen Orient SA	Fribourg, Suisse	60 %	60 %	Tumon Aquarium LLC	Tamuning, Guam	97 %	97 %
Sephora Middle East FZE	Dubaï, Emirats Arabes Unis	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	Comete Saipan Inc	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
Sephora Emirates	Dubaï, Emirats Arabes Unis	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	Tumon Games LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Sephora Bahrain	Manama, Bahreïn	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	Cruise Line Holdings Co	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Sephora Qatar	Doha, Qatar	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	On Board Media, Inc	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Sephora KSA	Jeddah, Arabie Saoudite	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	Starboard Cruise Services, Inc	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Sephora Oman	Muscat, Oman	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	Starboard Holdings Ltd	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Sephora China	Shanghai, Chine	81 %	81 %	International Cruise Shops, Ltd	Iles Caïmans	100 %	100 %
Sephora Holding Asia	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Miami Airport Duty-Free Joint Venture	Miami (Floride), U.S.A.	66 %	66 %
Sephora (Beijing) Cosmetics Co. Ltd	Beijing, Chine	81 %	81 %	Fort Lauderdale Partnership	Fort Lauderdale (Floride), U.S.A.	75 %	75 %
Sephora USA, Inc	San Francisco (Californie), U.S.A. ^(*)	100 %	100 %	Vacation Media Ltd	Kingston, Jamaïque	100 %	100 %
Sephora Beauty Canada, Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %	STB S.r.l	Florence, Italie	100 %	100 %
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	55 %	57 %	Parazull LLC	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %				
SEGEF SNC	Paris, France	99 %	99 %	AUTRES ACTIVITÉS			
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %	DI Group SA	Paris, France	100 %	100 %
DFS Holdings Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %	DI Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %	Imprimerie Desfossés SARL	Paris, France	100 %	100 %
Travel Retail Shops Pte Ltd	Sydney, Australie ⁽²⁾	45 %	28 %	Atelier Desfossés	Paris, France	100 %	100 %
DFS European Logistics Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %	Tribune Desfossés SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Credit Systems Limited	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %	Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Group Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %	Les Editions Classique Affaires SARL	Paris, France	100 %	100 %
DFS China Partners Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %	DI Régie SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Macau Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %	SFPA SARL	Paris, France	100 %	100 %
DFS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %	Investir Publications SAS	Paris, France	100 %	100 %
Hong Kong International Boutique Partners	Hong Kong, Chine	50 %	31 %	Investir Formation SARL	Paris, France	100 %	100 %
TRS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	45 %	28 %	Compo Finance SARL	Paris, France	100 %	100 %
Preferred Products Limited	Hong Kong, Chine	100 %	61 %	SID Développement SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Okinawa K.K.	Okinawa, Japon	100 %	61 %	SID Editions SAS	Paris, France	100 %	100 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon ⁽²⁾	45 %	28 %	Ufipar SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
JAL/DFS Co., Ltd	Chiba, Japon ⁽²⁾	40 %	24 %	L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %	Sofidiv SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %	GIE LVMH Services	Boulogne-Billancourt, France	100 %	85 %
DFS Cotai Limitada	Macao, Chine	100 %	61 %	Moët Hennessy SNC	Boulogne-Billancourt, France	66 %	66 %
DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %	LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %	Moët Hennessy Investissements	Boulogne-Billancourt, France	100 %	66 %
DFS Merchandising Ltd	Antilles Néerlandaises	100 %	61 %	LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100 %	100 %
DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %	Moët Hennessy International SAS	Boulogne-Billancourt, France	66 %	66 %
DFS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	61 %	Creare SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande ⁽²⁾	45 %	28 %	Creare Pte Ltd	Singapour	100 %	86 %
Commonwealth Investment Company, Inc	Saipan, Iles Mariannes	97 %	59 %	Société Montaigne Jean Goujon SAS	Paris, France	100 %	100 %
DFS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %	Delphine SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %	LVMH Finance SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Saipan International Boutique Partners	Saipan, Iles Mariannes	50 %	31 %	Primae SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
DFS Palau Ltd	Koror, Palau	100 %	61 %	Eutrope SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Difusi Information Technology & Development Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	61 %	Flavius Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %
DFS Information Technology (Shanghai) Company Limited	Shanghai, Chine	100 %	61 %	LBD Holding SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Hainan DFS Retail Company Limited	Hainan, Chine	100 %	61 %	LV Capital SA	Paris, France	100 %	100 %
DFS Galleria Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %	Micromania SAS	Nice, France ⁽²⁾	23 %	23 %
DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %	Moët Hennessy Inc	New York, U.S.A. ^(*)	100 %	66 %
Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %	One East 57th Street LLC	New York, U.S.A. ^(*)	100 %	100 %
DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc	New York, U.S.A. ^(*)	100 %	100 %
DFS Trading Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %	598 Madison Leasing Corp	New York, U.S.A. ^(*)	100 %	100 %
DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %	1896 Corp	New York, U.S.A. ^(*)	100 %	100 %
TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽²⁾	45 %	28 %	LVMH Participations BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
Singapore International Boutique Partners	Singapour	50 %	31 %	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
DFS India Private Ltd	Mumbai, Inde	100 %	61 %	Louis Vuitton Prada Holding BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
DFS Vietnam (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %	Sofidiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
New Asia Wave International (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
IPP Group (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %	Osaka Fudosan Company Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
DFS Group L.P.	Delaware, U.S.A.	61 %	61 %	LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Los Angeles (Californie), U.S.A.	77 %	47 %	LVMH Shanghai Management and Consultancy Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, U.S.A.	100 %	61 %				
Hawaii International Boutique Partners	Honolulu (Hawaï), U.S.A.	50 %	31 %	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	Paris, France		Société mère
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	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 %				

(*) 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

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2007, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

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 professionnelles 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 examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

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 :

- nous nous sommes assurés que la note 1.10 aux 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 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 de l'annexe. 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.

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, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification 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 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

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	139
2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS ET AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	140
3. COMMISSAIRES AUX COMPTES	151

1. COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim ¹
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault-Gancia

Jean Arnault

Nicolas Bazire

Nicholas Clive Worms ¹

Charles de Croisset ^{1 2}

Diego Della Valle ¹

Albert Frère

Pierre Godé

Gilles Hennessy

Patrick Houël

Arnaud Lagardère ¹

Lord Powell of Bayswater

Felix G. Rohatyn

Hubert Védrine ¹

CENSEUR

Kilian Hennessy ¹

COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Antoine Bernheim ¹
Président

Nicholas Clive Worms ¹

Gilles Hennessy

COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Antoine Bernheim ¹
Président

Albert Frère

Kilian Hennessy ¹

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

Patrick Houël
Conseiller du Président

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 15 mai 2008.

2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS ET AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES 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.

Date de première nomination : 26 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

M. Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinell. 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 SA et de Christian Dior SA. 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 :

Président-Directeur Général de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Président du Conseil d'Administration de :

- Christian Dior SA, France ;
- Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise, France.

Président de Groupe Arnault SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior Couture SA, France ;
- Raspail Investissements SA, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton (Japan) KK, Japon.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Lagardère SCA, France ;
- Métropole Télévision « M6 » SA, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président-Directeur Général de Montaigne Participations et Gestion SA, France.

Administrateur de Moët Hennessy Inc., États-Unis.

Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion, Président de Gasa Développement SAS, France et de Société Financière Saint-Nivard SAS, France.

Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion, Administrateur de Financière Agache SA, France.

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977.

Français.

Date de première nomination : 11 mai 2006.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2008.

M. Antoine Arnault a créé en 2000, après l'obtention de son diplôme d'HEC Montréal, une société dans le domaine de l'Internet, Domainoo.com ; cette société assure la protection des noms de sites Internet.

En 2002, il cède sa participation dans Domainoo.com et rejoint Louis Vuitton Malletier en qualité de responsable marketing, domaine dans lequel il a pris d'importantes initiatives, notamment en matière de publicité.

En 2005, il obtient le MBA de l'INSEAD.

En janvier 2006, il occupe les fonctions de Directeur du réseau province de Louis Vuitton France.

En avril 2007, il devient Directeur de la communication de Louis Vuitton.

Fonctions et mandats actuels :

Administrateur de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président de Domainoo.com.

Président du Conseil d'Administration de Louis Vuitton Monaco.

Mme Delphine ARNAULT-GANCIA

Née le 4 avril 1975.

Française.

Date de première nomination : 10 septembre 2003.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

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 :

Administrateur de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Loewe SA, Espagne ;
- Emilio Pucci Srl, Italie.

M. Jean ARNAULT

Né le 23 octobre 1919.

Français.

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

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 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 :

Administrateur de :

- Belle Jardinière SA, France ;
- Christian Dior Couture SA, France ;
- Financière Agache SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Parfums Christian Dior SA, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Membre du Comité de Surveillance de Montaigne Finance SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président et Directeur Général d'Omnium Lyonnais d'Études SAS, France.

Président d'Heliantis SAS, France.

Directeur Général délégué et Administrateur de Montaigne Participations et Gestion SA, France.

Administrateur de :

- Groupe George V SA, France ;
- Paris Provence Bâtiment SA, France ;
- Octis, Luxembourg.

Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion, Président de Société Financière Saint-Nivard SAS, France, et de Gasa Développement SAS, France.

M. Antoine BERNHEIM, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924.

Français.

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2008.

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 :

Président de Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Directeur Général de Société Française Générale Immobilière SA, France.

Vice-Président et Administrateur de :

- Bolloré SA, France ;
- LVMH Fashion Group SA, France ;
- LVMH Finance SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Alleanza Assicurazioni, Italie ;

Vice-Président du Conseil de Surveillance de Intesa Sanpaolo, Italie.

Administrateur de :

- Christian Dior SA, France ;
- Christian Dior Couture SA, France ;
- Ciments Français SA, France ;
- Generali France SA, France ;

- AMB Generali Holding AG, Allemagne ;
- BSI : Banca della Svizzera Italiana, Suisse ;
- Generali España Holding SA, Espagne ;
- Generali Holding Vienna AG, Autriche ;
- Graafschap Holland, Pays-Bas ;
- LVMH Inc., États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Eurazeo SA, France ;
- Mediobanca, Italie.

Vice-Président et Membre du Comité de Surveillance de Financière Jean Goujon SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Associé de Lazard LLC, États-Unis.

Associé Commanditaire de Partena, France.

Vice-Président et Administrateur de Bolloré Investissement SA, France.

Administrateur de :

- Financière Agache SA, France ;
- Rue Impériale, France ;
- Banca Intesa Spa, Italie ;
- Mediobanca, Italie.

M. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942.

Français.

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

M. Nicholas Clive Worms a été Associé Commandité puis Associé-Gérant de Maison Worms et 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 :

Président du Conseil d'Administration de Permal UK Ltd, Grande-Bretagne.

Président de Worms 1848 SAS, France.

Administrateur de :

- Financière de Services Maritimes SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de :

- Worms & Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Worms & Co Inc., États-Unis.

Président du Conseil de Surveillance de Worms & Cie, France.

Président de Maison Worms SAS, France.

Associé-Gérant de Maison Worms & Cie, France.

Administrateur de :

- Groupe Danone SA, France ;
- TF1 SA, France ;
- Unibail Holding SA, France ;
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Grande-Bretagne ;
- Christie's International Plc, Grande-Bretagne ;
- Haussmann Holdings SA, Luxembourg.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Permal SCA, France ;
- Demachy Worms & Cie.

Représentant permanent de :

- Permal Group SA, Administrateur d'Ifabanque, France ;
- Worms 1848 SAS, Membre du Conseil de Surveillance de Worms & Cie SA, France.

Président de Permal Group SCA, France.

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926.

Belge.

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2008.

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 :

Président du Conseil d'Administration de :

- Société Civile du Cheval Blanc, France ;
- Erbé SA, Belgique ;

- Financière de la Sambre SA, Belgique ;
- Fingen SA, Belgique ;
- Frère-Bourgeois SA, Belgique ;
- Stichting Administratie Kantoor Frère-Bourgeois, Pays-Bas.

Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué de Groupe Bruxelles Lambert SA, Belgique.

Régent honoraire de la Banque Nationale de Belgique.

Président du Conseil de Surveillance de Métropole Télévision « M6 » SA, France.

Vice-Président, Administrateur Délégué et Membre du Comité de Direction de Pargesa Holding SA, Suisse.

Vice-Président du Conseil d'Administration et Administrateur de Suez SA, France.

Administrateur de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Raspail Investissements SA, France ;
- Gruppo Banca Leonardo, Italie.

Représentant permanent de :

- Belholding Belgium SA, Membre du Comité de Direction de Groupe Arnault SAS, France ;
- Frère-Bourgeois SA, Gérant de GBL Verwaltung SARL, Luxembourg.

Membre du Comité International de Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Petrofina, Belgique.

Administrateur de :

- Agesca Nederland NV, Pays-Bas ;
- Coparex International SA, Belgique ;
- Frère-Bourgeois Holding BV, Pays-Bas ;
- Parjointco NV, Pays-Bas.

Membre du Conseil Consultatif International de Power Corporation du Canada, Canada.

M. Pierre GODÉ, Conseiller du Président

Né le 4 décembre 1944.

Français.

Date de première nomination : 13 janvier 1989.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2008.

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 :

Président et Directeur Général de :

- Financière Agache SA, France ;
- Raspail Investissements SA, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Président de Financière Jean Goujon SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior SA, France ;
- Christian Dior Couture SA France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc., États-Unis ;
- Sofidiv UK Limited, Grande-Bretagne.

Gérant de PMG SARL, France.

Représentant légal de Financière Agache, Gérant de Sevrilux SNC, France.

Membre du Comité de Direction de Sofidiv SAS, France.

Membre du Comité de Surveillance de Semyrhamis SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président et Directeur Général de Financière Truffaut, France.

Administrateur, Directeur Général délégué de Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, France.

Administrateur de :

- Le Bon Marché International, France ;
- Montaigne Participations et Gestion, France ;
- Christian Dior Inc. États-Unis ;
- Fendi SA, Luxembourg ;
- Louis Vuitton Japan KK, Japon ;
- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne.

Représentant permanent de :

- Financière Agache, Administrateur de Parfums Christian Dior, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton, Administrateur de DI Group, France.

Membre du Directoire et Directeur Général de LVMH Fashion Group, France.

Membre du Collège des Administrateurs du GIE LVMH Services, France.

Membre du Conseil de Surveillance de Métropole 1850, France.

Représentant légal de Financière Agache, Président de Aristide Boucicaut, France.

Membre du Comité de Surveillance de :

- Montaigne Finance SAS, France ;
- Sèvres Investissements, France ;
- Sifanor SAS, France.

Gérant de :

- Lamourelle Paris, France ;
- Redeg SARL, France.

M. Patrick HOUËL, Conseiller du Président

Né le 25 juillet 1942.

Français.

Date de première nomination : 13 mai 2004.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

M. Patrick Houël a passé 7 ans au Crédit Lyonnais, avant de devenir Directeur Financier de Jas Hennessy & Co en 1978. En 1983, il devient 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. Il est actuellement Conseiller du Président.

Fonctions et mandats actuels :

Administrateur de :

- Le Bon Marché Maison Aristide Boucicaut SA, France ;
- LVMH Fashion Group SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Marco Polo SA, France ;
- Objectif Small Caps Euro SICAV, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Slivarente SICAV, France ;
- Wine & Co SA, France ;
- Sociedad Textil Lonia, Espagne.

Membre du Conseil de Surveillance de Nyse-Euronext Inc., États-Unis.

Représentant permanent de :

- LVMH, Administrateur de Guerlain SA et de Parfums Christian Dior SA, France ;
- Ufipar, Administrateur des Grands Magasins de la Samaritaine Maison Ernest Cognacq SA, France, et Membre du Conseil de Surveillance de Berluti SA, France.

Représentant Permanent de la société Montaigne Jean Goujon, Administrateur de Mongoual SA, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de LVMH Iberia SL, Espagne.

Président et Directeur Général de LVMH Finance SA, France.

Président du Conseil d'Administration de :

- Creare, Luxembourg ;
- Delano SA, Suisse.

Vice-Président du Conseil de Surveillance de LVMH Fashion Group, France.

Membre du Conseil de Gérance de Moët Hennessy SNC, France.

Administrateur de :

- DI Group SA, France ;
- Krug, Vins fins de champagne SA, France ;
- LBD Holding SA, France ;
- Le Jardin d'Acclimatation SA, France ;
- Moët Hennessy International SA, France ;
- Parfrance SICAV, France ;
- Parfums Givenchy SA, France ;
- RG Monétaire International SICAV, France ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- DFS Guam L.P., Guam ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Group L.P., États-Unis ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton (Japan) KK, Japon ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc., États-Unis ;
- LVMH Services Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy USA Inc., États-Unis ;
- Sofidiv Inc., États-Unis ;
- Tag Heuer International SA, Luxembourg ;
- The Glenmorangie Company Ltd, Grande-Bretagne ;
- 1896 Corp, États-Unis ;
- 598 Madison Leasing Corp, États-Unis.

Représentant permanent de :

- LVMH Fashion Group, Administrateur de Sephora SA, France ;
- LVMH Finance, Administrateur de LV Capital SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton, Administrateur de Kenzo SA, France, et de Louis Vuitton Malletier SA, France ;
- Ufipar, Administrateur de D2I SA, France.

Gérant et Liquidateur de la SCI du 30 de l'avenue Hoche, France.

Président de :

- Delphine SAS, France ;
- Eutrope SAS, France ;
- Société Montaigne Jean Goujon SAS, France ;
- Sofidiv SAS, France ;
- Ufipar SAS, France.

Membre du Conseil de Surveillance de SFMI Micromania SAS, France.

Membre du collège des Administrateurs de LVMH Services, GIE, France.

Censeur de seloger.com, France.

M. Arnaud LAGARDÈRE

Né le 18 mars 1961.

Français.

Date de première nomination : 15 mai 2003.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2008.

M. Arnaud Lagardère a été Président de Grolier Inc. de 1994 à 1998 et de Grolier Interactive Europe de 1994 à 2000. Il est Président-Directeur Général d'Hachette SA, Président d'EADS NV et d'EADS Participations BV et Gérant et Associé Commandité de Lagardère SCA depuis 2003.

Fonctions et mandats actuels :

Gérant et Associé Commandité de Lagardère SCA, France.

Président-Directeur Général de :

- Arjil Commandité – ARCO SA, France ;
- Hachette SA France.

Président du Conseil d'Administration de :

- European Aeronautic Defence and Space Company-EADS NV, Pays-Bas ;
- EADS Participations BV, Pays-Bas.

Président du Conseil de Surveillance de :

- Lagardère Active SAS, France ;
- Lagardère Sports SAS, France.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Le Monde SA, France ;
- Virgin Stores SA, France ;
- Daimler AG, Allemagne.

Administrateur de :

- Hachette Livre SA, France ;
- Lagardère Services SA, France ;

- Lagardère Ressources SAS, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Président et Administrateur de Sogeadé Gérance SAS, France.

Président de :

- Association des Amis de Paris Jean Bouin C.A.S.G., France ;
- Association Lagardère Paris-Racing, France ;
- Association Lagardère Paris-Racing Ressources, France ;
- Fondation Jean-Luc Lagardère, France ;
- Lagardère SAS, France ;
- Lagardère Active Broadband SAS, France ;
- Lagardère Capital et Management SAS, France.

Représentant permanent de Lagardère Active Publicité, Administrateur de Lagardère Active Radio International SA, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président-Directeur Général de Lagardère Thématiques SA, France.

Président du Conseil d'Administration de Lagardère Active North America Inc., États-Unis.

Président du Conseil de Surveillance de Hachette Filipacchi Medias SAS, France.

Vice-Président du Conseil de Surveillance d'Arjil & Compagnie SCA, France.

Président de :

- Association du Club des Entreprises Paris 2012, France ;
- Lagardère Active SAS, France ;
- Lagardère Images SAS, France.

Président Délégué de Lagardère Active Broadcast SA, Monaco.

Administrateur de :

- Canalsatellite SA, France ;
- Éditions P. Amaury SA, France ;
- Fimalac SA, France ;
- France Télécom SA, France ;
- Hachette Filipacchi Médias SA, France ;
- Lagardère-Société, SAS, France ;
- Société d'Agences et de Diffusion SA, France ;
- Lagardère Management Inc., États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de Lagardère Sports SAS, France.

Administrateur de Lagardère-Sociétés SAS, France.

Représentant de Hachette SA au Conseil de gérance de Sédi TV-Téva SNC, France.

Gérant de :

- Lagardère Active Publicité SNC, France ;
- Lagardère Élevage SNC, France ;
- Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne NMPP SARL, France.

Co-Gérant de I.S.-9 SARL, France.

Lord POWELL of BAYSWATER

Né le 6 juillet 1941.

Britannique.

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2008.

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 :

Président du Conseil d'Administration de :

- Capital Generation Partners, Grande-Bretagne ;
- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne ;
- Magna Holdings, Bermudes.

Administrateur de :

- Financière Agache SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Caterpillar Inc., États-Unis ;
- Mandarin Oriental International Ltd, Bermudes ;
- Matheson & Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Northern Trust Global Services, Grande-Bretagne ;
- Schindler Holding, Suisse ;
- Singapore Millennium Foundation Limited, Singapour ;
- Textron Corporation, États-Unis ;
- Yell Group Ltd, Grande-Bretagne.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Sagitta Asset Management, Grande-Bretagne.

Président du Comité Consultatif de Phillips, de Pury & Luxembourg, Grande-Bretagne.

Administrateur de :

- Montaigne Participations et Gestion SA, France ;
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Grande-Bretagne ;
- British Mediterranean Airways, Grande-Bretagne ;
- Dairy Farm International Holdings Ltd, Bermudes ;
- Falgos Investments Ltd, Grande-Bretagne ;
- Hongkong Land Holdings Ltd, Bermudes ;
- J. Rothschild Name Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Jardine International Motor Holdings Ltd, Bermudes ;
- Jardine & Lloyd Thompson Group Plc, Bermudes ;
- Jardine Matheson Holdings Ltd, Bermudes ;
- Jardine Strategic Holdings Ltd, Bermudes ;
- National Westminster Bank Plc, Grande-Bretagne ;
- Nelfi SA, Luxembourg ;
- Said Holdings Ltd, Bermudes.

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928.

Américain.

Date de première nomination : 14 mai 2001.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

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 :

Président de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc., États-Unis.

Conseiller du Président et Directeur Général Richard S. Fuld, Jr et Président du Conseil d'Administration des Comités de Conseil International Lehman Brothers.

Vice-Président honorifique du Conseil d'Administration de Carnegie Hall, États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Lagardère SCA, France ;
- Publicis Groupe SA, France.

Administrateur de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Center for Strategic and International Studies (CSIS), États-Unis ;
- Conseiller auprès du Council on Foreign Relations, États-Unis.

Fonctions et mandats antérieurs :

Administrateur de :

- Rothschilds Continuation Holdings AG, France ;
- Suez, France ;
- Comcast Corporation, États-Unis ;
- Fiat Spa, Italie.

Ambassadeur des États-Unis en France.

Associé Gérant de Lazard Frères LLC

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947.

Français.

Date de première nomination : 13 mai 2004.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009.

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 Conseil ».

Fonctions et mandats actuels :

Associé-Gérant de Hubert Védrine (HV) Conseil SARL, France.

Administrateur de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Ministre des Affaires Étrangères.

2.2 Candidats aux fonctions d'Administrateurs**2.2.1 Mandats à renouveler**

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et Acquisitions

Né le 13 juillet 1957.

Français.

Date de première nomination : 12 mai 1999.

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 Edouard 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 :

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Membre du Conseil de Surveillance de Rothschild et Cie Banque SCS, France.

Administrateur de :

- Agache Développement SA, France ;
- DI Group SA, France ;
- Europatweb SA, France ;
- Financière Agache Private Equity SA, France ;
- Ipsos SA, France ;
- Les Echos SA, France ;
- Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise, France ;
- LVMH Fashion Group SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Tajan SA, France.

Représentant permanent de Groupe Arnault SAS, Administrateur de Financière Agache SA, France.

Membre du Comité de Surveillance de :

- Carrefour SA, France ;
- Montaigne Finance SAS, France ;
- Semyrhamis SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil de Surveillance de LVMH Fashion Group SA, France.

Directeur Général délégué et Administrateur de Montaigne Participations et Gestion SA, France.

Administrateur de :

- Amec, France ;
- Marignan Investissements, France.

Président de :

- Invry SAS, France ;
- La Tour du Pin SAS, France ;
- Société Financière Saint-Nivard SAS, France.

Représentant permanent de :

- Eurofinweb NV, Administrateur de Europatweb France SA, France ;
- Sifanor, Administrateur de Agache Développement, France.

Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion SA, Membre du Comité de Surveillance de Paul Doumer Automobiles SAS, France, Président de Gasa Développement SAS, France, et de Société Financière Saint-Nivard SAS, France.

Membre du Comité de Surveillance de :

- Lyparis SAS, France ;
- Sifanor SAS, France.

M. Antonio BELLONI, Directeur Général délégué

Né le 22 juin 1954.

Italien.

Date de première nomination : 15 mai 2002.

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 :

Directeur Général délégué et Administrateur de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Président du Conseil d'Administration de LVMH (Shanghai) Management & Consultancy Co Ltd, Chine.

Administrateur de :

- Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise, France ;
- Givenchy SA, France ;
- Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA, France ;
- De Beers Diamond Jewellers Limited, Grande-Bretagne ;
- De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd, Grande-Bretagne ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- DFS Guam LP, Guam ;
- Donna Karan International Inc., États-Unis ;
- Emilio Pucci Srl, Italie ;
- Emilio Pucci International BV, Pays-Bas ;
- Fendi SA, Luxembourg ;
- Fendi Adele Srl, Italie ;

- Fresh Inc., États-Unis ;
 - Thomas Pink Holdings Limited, Grande-Bretagne.
- Gérant de Benefit Cosmetics LLC, États-Unis.

Fonctions et mandats antérieurs :

Directeur Général de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc., États-Unis.

Administrateur de :

- Chamarac Properties Inc., États-Unis ;
- DFS Group LP, États-Unis ;
- Fendi Srl, Italie ;
- Fendi Immobili Industriali Srl, Italie ;
- Fendi Italia Srl, Italie.

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953.

Italien.

Date de première nomination : 15 mai 2002.

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 :

Président du Conseil d'Administration et Administrateur délégué de Tod's Spa, Italie.

Président du Conseil d'Administration de Fondazione Della Valle Onlus, Italie.

Président d'honneur d'ACF Fiorentina Spa, Italie.

Vice-Président et Administrateur de Marcolin Spa, Italie.

Associé Commandité et Administrateur de Diego Della Valle & C. SAPA, Italie.

Administrateur de :

- Le Monde Europe SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Assicurazioni Generali Spa, Italie ;
- Compagnia Immobiliare Azionaria, Italie ;
- DI.VI. Finanziaria SAPA, Italie ;
- Ferrari Spa, Italie ;
- RCS Mediagroup Spa, Italie.

Administrateur unique de DDV partecipazioni SRL, Italie.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Italiantouch Srl, Italie.

Administrateur de :

- Acqua Di Parma, Italie ;
- Banca Commerciale Italiana, Italie ;
- Banca Nazionale del Lavoro Spa, Italie ;
- Cassa di Risparmio di Fermo, Italie ;
- D.A.DV Family Holding SARM, Luxembourg ;
- Gimar Srl, Italie ;
- Iri Spa, Italie ;
- Maserati Spa, Italie ;
- Tod's UK Ltd, Grande-Bretagne.

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949.

Français.

Date de première nomination : 6 juin 1990.

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 :

Président du Conseil d'Administration de :

- Jas Hennessy & Co Ltd, Irlande ;
- Moët Hennessy Danmark A/S, Danemark.

Administrateur de :

- France Champagne SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- MHD Moët Hennessy Diageo SAS, France ;
- Moët Hennessy Investissements SA, France ;
- Millennium Import LLC, États-Unis ;
- Millennium Brands Limited, Irlande ;
- Innovacion en Marcas de Prestigio SA de CV, Mexique ;
- Moët Hennessy Belux SA, Belgique ;
- Moët Hennessy UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy de Mexico SA, Mexique ;
- Moët Hennessy Asia Pacific Pte, Singapour ;
- Moët Hennessy Shanghai Limited, Chine ;
- Moët Hennessy USA Inc., États-Unis ;
- The Glenmorangie Company Ltd, Grande-Bretagne.

Membre du Conseil de Surveillance de Schieffelin & Somerset, États-Unis.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires de Champagne Moët & Chandon SCS, France.

Membre du Conseil des Commanditaires de :

- Jas Hennessy & Co SCS, France ;
- Veuve Clicquot Ponsardin SCS, France.

Membre du Comité Consultatif de Moët Hennessy Do Brasil, Brésil.

Fonctions et mandats antérieurs :

Directeur Général délégué et Administrateur de Jas Hennessy & Co, France.

Administrateur de Moët Hennessy International SA, France.

Gérant de :

- EURL Richemont, France ;
- Moët Hennessy Deutschland GmbH, Allemagne.

Membre du Conseil de Gérance de Moët Hennessy SNC, France.

2.2.2 Nouvelle nomination**M. Charles de CROISSET**

Né le 28 septembre 1943.

Français.

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 :

Administrateur de :

- Bouygues SA, France ;
- Renault SA, France ;
- Thalès SA, France ;
- Thalès Holdings Plc, Grande-Bretagne.

Membre du Conseil de Surveillance de Euler Hermès SA, France.

Membre du Collège des Censeurs des Galeries Lafayette SA, France.

Président de la Fondation du Patrimoine, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président-Directeur Général du CCF, France.

Executive Director de HSBC Holdings Plc, Grande-Bretagne.

Administrateur de :

- HSBC Bank Plc, Grande-Bretagne ;
- HSBC Guyerzeller Bank AG, Allemagne ;
- HSBC Private Holding (Suisse) SA, Suisse ;
- HSBC / CCF Asset Management Group, France.

2.3 Censeur

M. Kilian HENNESSY

Né le 19 février 1907.

Français.

Date de première nomination : 16 septembre 1971.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant 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 :

Président d'honneur du Conseil des Commanditaires de Jas Hennessy & Co SCS, France.

Censeur de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Administrateur de Parfums Christian Dior SA, France.

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 Thierry BENOIT et 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 2007

(en milliers d'euros, hors taxes)

	ERNST & YOUNG Audit				DELOITTE & ASSOCIÉS			
	2007		2006		2007		2006	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux Comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	1 633	15	1 652	15	921	14	1 150	17
- Filiales consolidées	7 854	71	7 753	71	5 179	78	4 936	74
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux Comptes								
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	-	-	-	-	38	-	-	-
- Filiales consolidées	344	3	418	4	176	3	178	3
	9 831	89	9 823	90	6 314	95	6 264	94
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
- Juridique, fiscal, social	1 220	11	1 017	9	316	5	245	4
- Autres	17	-	62	1	30	-	122	2
	1 237	11	1 079	10	346	5	367	6
Total	11 068	100	10 902	100	6 660	100	6 631	100

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

	<i>Page</i>
1. ORGANISATION GÉNÉRALE	154
2. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	155
3. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	157
4. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	158
5. STATUTS	159

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

1. ORGANISATION GÉNÉRALE

Le Conseil d'Administration, instance stratégique de la société LVMH, a pour objectifs le développement durable de la valeur de l'entreprise, l'adoption des grandes orientations qui déterminent sa gestion, la vérification de la sincérité des informations qui la concernent et la protection de son patrimoine social.

Dans le cadre de sa mission, il soutient l'ambition majeure du management de LVMH qui demeure, comme elle l'a toujours été, d'assurer la croissance continue du Groupe et la valorisation régulière du patrimoine de ses actionnaires.

Le Conseil d'Administration est doté d'une Charte qui précise, notamment, la composition, les missions, le fonctionnement et les responsabilités du Conseil d'Administration.

Deux Comités, dont la composition, le rôle et les missions sont définis par un règlement intérieur, existent 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 son entrée en fonctions.

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 prononcées 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.

La Société se conforme aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur en France en matière de gouvernement d'entreprise.

Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de 18 membres dont 6 sont indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la société.

Les Administrateurs doivent détenir personnellement un minimum de 500 actions.

Au cours de l'année 2007, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 84 % 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.

LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 125 000 euros à titre de jetons de présence. Ces jetons sont répartis entre les Administrateurs et les Censeurs selon une clé de répartition définie par le Conseil d'Administration et qui prend en compte les fonctions exercées au sein du Conseil et des Comités.

Direction Générale

Le Président du Conseil d'Administration assure également les fonctions de Directeur Général. Aucune limitation n'a été apportée aux pouvoirs du Directeur Général.

En accord avec le Président et Directeur Général, le Conseil d'Administration a nommé un Directeur Général délégué qui dispose des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

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 3 Administrateurs dont 2 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2007. Une réunion s'est tenue en présence de tous les membres, les trois autres réunions ont été tenues en présence du Président et d'un de ses deux membres, ainsi que celle des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Juridique, et en fonction des sujets abordés, du Directeur du Financement, du Directeur de la Trésorerie, du Directeur fiscal et d'un Conseiller du Président.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, 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 des questions de nature juridique, en particulier les principaux litiges en cours.

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 répartition des jetons de présence versés par la société, ainsi que 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 ;
- 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 et sur la rémunération et les avantages en nature attribués aux Administrateurs et Censeurs de la société par la société ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération et d'incitation, fixes ou variables, immédiats et différés, des dirigeants du Groupe.

Il est composé de 3 membres dont 2 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2007 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.

Collège des Censeurs

L'Assemblée Générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'Administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

Les Censeurs sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence et 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.

Politique de rémunération

Une partie de la rémunération versée aux membres du Comité Exécutif et des principales directions opérationnelles est fonction de la génération de fonds, du résultat opérationnel et de la rentabilité des capitaux engagés des groupes d'activités et des sociétés dont les dirigeants concernés ont la responsabilité ainsi que de leur performance individuelle. Cette part variable représente en général entre un tiers et la moitié de la rémunération.

2. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est l'instance stratégique de la société LVMH. Compétence et responsabilité de ses membres, clarté 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 le développement de la valeur de l'entreprise, l'adoption des grandes orientations qui en déterminent la gestion, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations qui la concernent, la protection de son patrimoine social.

Le Conseil d'Administration de LVMH garantit le respect de ses droits à chacun des actionnaires qui en composent le capital et s'assure que ceux-ci remplissent la totalité de leurs devoirs.

Chacun de ces éléments contribue à la transparence légitimement exigée d'une entreprise par la loi, à la confiance souhaitée par le public et à la performance demandée par le marché.

C'est ainsi, parce qu'il garantit un développement durable et global au rassemblement unique d'activités et de marques, associant tradition et innovation, qui en font la réputation, le dynamisme et la solidité, que son Conseil d'Administration peut aussi bien s'engager sur l'examen du présent que veiller à la préparation de l'avenir de LVMH.

2.1 Composition du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé d'un nombre maximum de dix-huit membres dont quatre, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la société.

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.

2.2 Missions du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration a pour missions de :

- veiller au respect de l'intérêt social de la société et d'en protéger le patrimoine ;
- 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 l'entreprise ;
- arrêter les comptes annuels et semestriels de l'entreprise ;
- vérifier la qualité de l'information fournie aux actionnaires sur l'entreprise ;

- 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, en adoptant une charte éthique ;
- promouvoir la cohérence du développement économique de l'entreprise 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 elle agit.

2.3 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 nécessaire, 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.

2.4 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 réglementaires ou légaux 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.

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 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.

2.5 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.

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations peut 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 les missions spécifiques qui leur seraient confiées et en fonction du rôle d'animation ou de direction qu'ils ont au sein des différents Comités constitués au sein du Conseil d'Administration. Son montant est déterminé par le Conseil d'Administration et communiqué aux Commissaires aux Comptes de la société.

2.6 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 fonctions.

3. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

3.1 Composition du Comité

Le Comité d'Audit de la Performance (ci-après « le Comité ») est composé de trois Administrateurs au moins, dont la majorité d'entre eux 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.

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, si le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier Administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

3.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour missions 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 ;
- contrôler l'existence, l'adéquation et l'application des procédures internes dans ce domaine ;
- examiner les comptes sociaux et consolidés, dont les engagements hors bilan, avant leur soumission au Conseil d'Administration ;
- analyser les variations de périmètre, d'endettement, de couverture de taux ou de couverture de change du Groupe ;
- étudier les conclusions et recommandations des auditeurs externes ;
- avoir à connaître 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 tiers dont un Administrateur de la société LVMH est également le dirigeant ou le principal actionnaire ;
- évaluer les situations de conflits d'intérêts pouvant affecter un Administrateur et proposer les mesures propres à les prévenir ou à y remédier ;
- veiller à la qualité de l'information délivrée aux actionnaires.

Le Comité peut également être consulté 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 la nomination ou le renouvellement des Commissaires aux Comptes et des réviseurs externes.

Le Comité fournit un avis sur les honoraires des Commissaires aux Comptes.

Le Comité peut adresser des recommandations au management sur les priorités et les orientations générales de l'Audit Interne.

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 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.

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.

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.

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. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

4.1 Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations (ci-après « le Comité ») 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, si le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH, est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier Administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

4.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour mission, sur consultation du Président du Conseil d'Administration, d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures 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.

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.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la société, ainsi que 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 (Général) délégué(s) de la société.

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.

Le Comité rédige et propose au Conseil d'Administration de faire publier dans le rapport annuel une notice biographique sur chaque Administrateur.

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 et aux options attribuées ou levées par ceux-ci au cours de l'exercice écoulé. 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.

L'évolution des rémunérations est liée à la performance et à la valeur intrinsèque de l'entreprise.

4.3 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 sur 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.

4.4 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.

4.5 Rémunération des membres du Comité

Les membres et le Président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

5. STATUTS

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, bénéfiques 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 bénéfiques 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 trois 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. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, n'interrompt pas le délai de trois ans fixé ou conserve le droit acquis, 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 successible.

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 depositaire 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 DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ	170
1.1 RÔLE DE LA SOCIÉTÉ DANS LE GROUPE	170
1.2 DÉNOMINATION SOCIALE – SIÈGE SOCIAL	170
1.3 FORME JURIDIQUE	170
1.4 LÉGISLATION DE LA SOCIÉTÉ	170
1.5 DATE DE CONSTITUTION – DURÉE	170
1.6 OBJET SOCIAL (ARTICLE 2 DES STATUTS)	170
1.7 REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS	170
1.8 LIEU DE CONSULTATION DES DOCUMENTS RELATIFS À LA SOCIÉTÉ	170
1.9 EXERCICE SOCIAL	170
1.10 RÉPARTITION STATUTAIRE DES BÉNÉFICES (ARTICLE 28 DES STATUTS)	171
1.11 ASSEMBLÉES GÉNÉRALES (ARTICLE 23 DES STATUTS)	171
1.12 FRANCHISSEMENTS DE SEUIL (ARTICLE 24 DES STATUTS)	172
2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL	172
2.1 RÈGLES STATUTAIRES RELATIVES AUX MODIFICATIONS DU CAPITAL SOCIAL	172
2.2 CAPITAL SOCIAL – CATÉGORIES D' ACTIONS	172
2.3 CAPITAL AUTORISÉ	172
2.4 AUTORISATION DE RACHETER DES ACTIONS DE LA SOCIÉTÉ	173
2.5 IDENTIFICATION DES PORTEURS DE TITRES	174
2.6 TITRES NON REPRÉSENTATIFS DU CAPITAL	174
2.7 TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL	174
2.8 ÉVOLUTION DU CAPITAL DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES	174
3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE	174
3.1 ACTIONNARIAT DE LA SOCIÉTÉ	174
3.2 MODIFICATIONS INTERVENUES DANS LA RÉPARTITION DU CAPITAL AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES	175
3.3 NANTISSEMENTS D' ACTIONS DÉTENUES AU NOMINATIF PUR PAR LES PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	175
3.4 PERSONNES MORALES OU PHYSIQUES POUVANT EXERCER UN CONTRÔLE SUR LA SOCIÉTÉ	175
4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH	176
4.1 MARCHÉ DE L' ACTION LVMH	176
4.2 PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS	177
4.3 MARCHÉ DES OBLIGATIONS LVMH	177
4.4 DIVIDENDE	177
4.5 PERFORMANCE PAR ACTION	177

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE

1. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL 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 2007, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 98 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 187,5 et 126 millions d'euros.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

1.2 Dénomination sociale – Siège social

Dénomination sociale : LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton.

Siège social : 22, avenue Montaigne, 75008 Paris.

1.3 Forme juridique

Société anonyme.

1.4 Législation de la société

Société régie par le droit français.

1.5 Date de constitution – Durée

LVMH a été constituée le 1er 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.

1.6 Objet social (Article 2 des statuts)

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.

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.

1.7 Registre du Commerce et des Sociétés

La Société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro 775670417 Paris. Code APE : 7010Z.

1.8 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.

1.9 Exercice social

Du 1^{er} janvier au 31 décembre.

1.10 Répartition statutaire des bénéfices (Article 28 des statuts)

Les produits nets de chaque exercice, déduction faite des frais généraux et autres charges de la société y compris tous amortissements et provisions, constituent les bénéfices nets ou pertes de l'exercice.

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 de 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.

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.

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.

1.11 Assemblées Générales (Article 23 des statuts)

• Mode de convocation

Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur. Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

• Conditions d'admission

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 constatée par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire qui a exprimé son vote 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.

• Conditions d'exercice du droit de vote – droit de vote double

Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative au nom du même actionnaire. L'Assemblée Générale Extraordinaire du 6 juin 1986 a porté à trois ans (deux antérieurement) la durée minimum de cette inscription ;

- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, il n'interrompt pas le délai de trois ans fixé ou conserve le droit acquis, 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 successible. Il peut être supprimé par décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

1.12 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 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, l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002 a supprimé cette obligation lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 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.

2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

2.1 Règles statutaires relatives aux modifications du capital social

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.

Le capital 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.

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.

2.2 Capital social – Catégories d'actions

Les actions émises par la société relèvent d'une seule catégorie.

Au 31 décembre 2007, 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 à cette même date, 225 670 036 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.3 Capital autorisé

Au 31 décembre 2007, le capital autorisé de la société s'élevait à 601 166 185 actions de 0,30 euro de valeur nominale.

• Autorisations d'augmenter le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 a autorisé le Conseil d'Administration à :

- 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, ces émissions pouvant être réalisées avec ou sans droit préférentiel de souscription.

Ces autorisations, consenties pour une durée de vingt-six mois, n'ont pas été utilisées à ce jour ;

- augmenter le capital social en rémunération soit de titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange soit, dans la limite de 10 % du capital, d'apports en nature constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital.

Cette autorisation, consentie pour une durée de vingt-six mois, n'a pas été utilisée à ce jour ;

- augmenter le capital au profit de certaines catégories de personnes ; cette délégation permet au Conseil d'Administration d'augmenter le capital au profit d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des Assurances ou son équivalent à l'étranger.

Cette autorisation n'a pas été utilisée. Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 15 mai 2008 de la renouveler pour une durée de dix-huit mois.

Ces différentes délégations incluent la faculté pour le Conseil d'Administration d'augmenter le nombre de titres à émettre prévu dans l'émission en cas de demandes excédentaires.

- augmenter le capital social au profit des salariés du Groupe adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise, dans la limite de 3 % du capital social.

Cette autorisation n'a pas été utilisée. Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008 de la renouveler pour une durée de vingt-six mois.

Le montant nominal maximum des augmentations de capital visées ci-dessus ne pourra dépasser un montant global de 30 millions d'euros.

• Autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions

L'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 a conféré au Conseil d'Administration l'autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite d'un montant maximum égal à 3 % du capital social, soit 14 698 122 actions au 31 décembre 2007. À cette date, il restait 11 228 775 options attribuables.

• Autorisation d'attribuer des actions gratuites

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a conféré au Conseil d'Administration l'autorisation d'attribuer des actions gratuites dans la limite d'un montant maximum égal à 1 % du capital social, soit 4 899 374 actions au 31 décembre 2007. À cette date, il restait 4 485 175 actions attribuables.

Le montant total de ces attributions s'impute sur le montant maximum global de 30 millions d'euros visé ci-dessus.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008 de renouveler cette autorisation pour une durée de trente-huit mois.

• Autorisation de réduire le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 a autorisé le Conseil d'Administration à réduire le capital social dans la limite de 10 % de son montant par voie d'annulation des actions acquises dans le cadre des programmes de rachat.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 15 mai 2008 de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois.

2.4 Autorisation de racheter des actions de la société

L'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 a autorisé le Conseil d'Administration à acquérir des actions de la société. Cette autorisation a été donnée pour une période de dix-huit mois et a fait l'objet d'un descriptif inclus dans le Document de Référence déposé à l'AMF le 11 avril 2007.

Elle est encadrée par les limites ci-après :

- le nombre de titres à acquérir dans ce cadre ne doit pas excéder 10 % des actions représentant le capital social au 1^{er} janvier 2007, soit 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d'achat des actions ne doit pas excéder 130 euros, soit un investissement maximal théorique d'environ 6,4 milliards d'euros.

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 de titres, le prix 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.

Les actions détenues par la société au 31 décembre 2007, soit 15 423 024 actions représentant 3 % du capital, sont classées de la façon suivante dans les comptes sociaux de LVMH SA :

- 1 176 407 actions sont comptabilisées en valeurs mobilières de placement, dont 130 000 au titre du contrat de liquidité pour 11 millions d'euros, 308 618 au titre des plans d'attribution d'actions gratuites non encore définitivement attribuées aux bénéficiaires pour 22 millions d'euros, et 737 789 actions affectées à des plans futurs pour un montant de 40 millions d'euros ; s'y ajoutent 6 239 029 actions, pour une valeur de 332 millions d'euros, affectées aux plans d'options d'achat, soit un montant total à l'actif du bilan de 405 millions d'euros ;
- 8 007 588 actions sont comptabilisées en titres immobilisés représentant un montant global de 379 millions d'euros, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'options de souscription existants.

Enfin, la société détient au 31 décembre 2007, 2 014 000 « calls » américains, venant en couverture des plans d'options d'achat de janvier 1998, janvier 1999, et janvier 2002 représentant un montant global de primes versées de 86 millions d'euros.

(Voir également : rapport du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale, opérations de la société sur ses propres actions.)

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 15 mai 2008 de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois selon les modalités suivantes :

- le nombre de titres à acquérir ne pourra être supérieur à 10 % des actions composant le capital, soit au 1^{er} janvier 2008 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d'achat ne pourra excéder 130 euros ;
- la finalité des acquisitions pourra 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.

2.5 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.

2.6 Titres non représentatifs du capital

La société n'a pas émis de titres non représentatifs du capital social.

2.7 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 du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale, n'était en vigueur au 31 décembre 2007.

2.8 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 2004	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2005	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2006	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2007	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Au 31 décembre 2007	-	-	-	-	146 981	489 937 410

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1 Actionnariat de la société

Au 31 décembre 2007, le capital était constitué de 489 937 410 actions ; compte tenu des titres auto-détenus, 475 514 386 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 225 670 036 d'un droit de vote double :

- 235 002 908 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 8 114 641 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 246 819 861 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	63,46
Autres actionnaires	257 604 220	261 463 846	52,58	36,54
Total au 31 décembre 2007	489 937 410	715 607 446	100,00	100,00

(1) Nombre total des droits de vote théoriques. Au 31 décembre 2007, le nombre total des droits de vote net des actions privées du droit de vote s'élève à 700 184 422.

Au 31 décembre 2007, il existait 15 423 024 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 2007 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 100 000 actions de la société et limitée aux actionnaires détenant au moins 150 actions, la société compte environ 40 110 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 72 % et 28 % du capital (cf. rapport annuel 2007 « 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 2007 ;
- 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 2007, 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 2007, la société détenait 15 423 024 de ses propres actions. 1 176 407 actions étaient comptabilisées en valeurs mobilières de placement, 6 239 029 actions étaient affectées à

la couverture de plans d'options d'achat d'actions, le solde soit 8 007 588 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 2007, 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 76 059 actions de la société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2007, le Crédit Suisse et certaines de ses filiales, la Caisse des Dépôts et Natixis ont informé la société de différents franchissements, à la hausse et à la baisse, de seuils statutaires compris entre 1 % et 3 % du capital. Aux termes des dernières notifications reçues en 2007, le Crédit Suisse et certaines de ses filiales détenaient 1,09 % du capital et 0,75 % des droits de vote théoriques ; la Caisse des Dépôts détenait 1,44 % du capital et 0,99 % des droits de vote théoriques et Natixis détenait 1,86 % du capital et 1,27 % 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 2007 et au 14 avril 2008.

3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2007			Au 31 décembre 2006			Au 31 décembre 2005		
	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	63,46	232 933 190	47,54	63,33	232 819 190	47,52	63,29
dont :									
- Financière Jean Goujon	207 821 325	42,42	58,08	207 821 325	42,42	58,59	207 821 325	42,42	58,57
- Financière Agache et affiliés	24 511 865	5,00	5,38	25 111 865	5,12	4,74	24 997 865	5,10	4,72
Auto-détention	15 423 024	3,15	2,16	17 618 089	3,60	2,48	19 293 947	3,94	2,72
Public au nominatif	4 863 535	0,99	1,22	4 779 791	0,98	1,12	6 285 930	1,28	1,36
Public au porteur	237 317 661	48,44	33,16	234 606 340	47,88	33,07	231 538 343	47,26	32,63
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 par les principaux actionnaires

Le 26 mars 1997, la société Financière Jean Goujon a nanti des actions de la société. La levée de ce nantissement était conditionnée par le remboursement des sommes qu'il garantit. Ce nantissement a été levé.

3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la société

Au 31 décembre 2007, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la société représentant 42,42 % du capital et 58,08 % des droits de vote théoriques. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 31 décembre 2007, Financière Jean Goujon était détenue à 100 % par Christian Dior, mère de Christian Dior Couture.

Christian Dior, société cotée sur l'Euronext Paris de Nyse Euronext, était à cette même date contrôlée directement et indirectement, à hauteur de 69,35 % 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 SA 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 Euronext.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, Euronext 100.

À fin décembre, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 40,5 milliards d'euros, ce qui place LVMH au onzième rang du CAC 40.

438 554 464 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2007 pour un montant total de 36 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 719 821 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 1er 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>
2006	SEPTEMBRE	80,30	81,25	81,65	76,95	26 849 683	2,1
	OCTOBRE	81,75	81,65	83,90	79,80	22 942 975	1,9
	NOVEMBRE	81,30	78,30	84,90	77,75	38 006 065	3,1
	DÉCEMBRE	78,50	79,95	80,70	75,75	36 898 470	2,9
2007	JANVIER	80,35	80,90	81,95	77,10	36 232 460	2,9
	FÉVRIER	82,00	83,73	89,20	80,30	40 375 013	3,4
	MARS	83,25	83,05	84,86	80,12	38 786 977	3,2
	AVRIL	82,95	85,97	88,00	82,36	30 714 652	2,6
	MAI	86,30	87,72	88,47	83,72	37 193 694	3,2
	JUIN	87,40	85,54	87,53	82,32	36 780 907	3,1
	JUILLET	85,25	82,76	85,64	79,02	36 279 177	3,0
	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

(*) 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 10 mai 2007 succédant à celui approuvé par l'Assemblée Générale du 11 mai 2006, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2007, les achats en Bourse de titres LVMH par LVMH SA nets des cessions (hors exercices de calls et levées d'options) ont représenté 82 596 de ses propres actions, soit 0,02 % de son capital. LVMH a également procédé à l'exercice de 1 653 500 calls sur ses propres titres et à l'acquisition de 1 829 000 calls.

4.3 Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA non échues au 31 décembre 2007, 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 %
EUR	500 000 000	2001	2008	6,125 %

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	600 000 000	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	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 brut de 1,60 euro par action au titre de l'exercice 2007, ce qui correspond à une hausse de 14,3 % par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2006.

La distribution totale de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA s'élèvera ainsi à 784 millions d'euros au titre de l'exercice 2007, avant effet de l'auto-détention. La distribution au titre de l'exercice 2006 avait représenté un montant de 686 millions d'euros.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2003 à 2007

Année	Dividende brut par action ⁽¹⁾ (en euro)	Dividendes mis en distribution (en millions d'euros)
2007 ⁽²⁾	1,60	784
2006	1,40	686
2005	1,15	563
2004	0,95	465
2003	0,85	416

(1) Avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire et net, en 2003, du montant de l'avoir fiscal.

(2) Proposition soumise à l'Assemblée Générale du 15 mai 2008.

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'Etat.

4.5 Performance par action

(en euros)	2007	2006	2005
Résultat net part du Groupe après dilution	4,22	3,94	3,04
Dividende brut	1,60	1,40	1,15
Progression/année précédente	14,3 %	21,7 %	21,1 %
Cours le plus haut	89,36	85,50	76,85
Cours le plus bas	77,06	69,60	52,95
Cours au 31 décembre	82,68	79,95	75,05
Progression/année précédente	3,4 %	6,5 %	33,2 %

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRE SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ MÈRE LVMH	180
1.1 COMMENTAIRES SUR LE BILAN	180
1.2 OPÉRATIONS DE LA SOCIÉTÉ SUR SES PROPRES ACTIONS	181
1.3 RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ MÈRE ET PERSPECTIVES D'AVENIR	181
2. AFFECTATION DU RÉSULTAT	182
3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS	183
3.1 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	183
3.2 ACTIONS DÉTENUES PAR LES ORGANES DE DIRECTIONS ET DE CONTRÔLE	183
3.3 ACTIONNARIAT DES SALARIÉS	183
3.4 PLANS D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS MIS EN PLACE PAR LA SOCIÉTÉ LVMH	183
3.5 ATTRIBUTION D'ACTIONS GRATUITES AUX SALARIÉS DE LA SOCIÉTÉ	186
3.6 MOUVEMENTS AU COURS DE L'EXERCICE	187
3.7 PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR LES FILIALES	187
4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER	188
4.1 AUTORISATION D'INTERVENIR EN BOURSE	188
4.2 AUTORISATION DE RÉDUIRE LE CAPITAL SOCIAL	188
4.3 AUTORISATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL	188
4.4 ACTIONNARIAT SALARIÉ	188
5. AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL	188
6. QUESTIONS ADMINISTRATIVES	189
6.1 COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	189
6.2 LISTE DES MANDATS ET FONCTIONS DES ADMINISTRATEURS	189
6.3 RÉMUNÉRATIONS, AVANTAGES EN NATURE ET ENGAGEMENTS EN FAVEUR DES MANDATAIRES SOCIAUX	189
7. 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	190
8. ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE	190
9. PRISE EN COMPTE DES CONSÉQUENCES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE L'ACTIVITÉ	191
10. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	191

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

1. COMMENTAIRE 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 2007 ont été établis conformément aux

règles légales françaises, et selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent.

1.1 Commentaires sur le bilan

1.1.1 Evolution du portefeuille de titres de participation

La valeur brute du portefeuille de titres de participations s'élève à 11,3 milliards d'euros, en hausse de 1,2 milliard d'euros par rapport à fin 2006. Cette évolution correspond à la souscription par LVMH à l'augmentation de capital de sa filiale française Sofidiv SAS, le pourcentage de détention du capital de Sofidiv par LVMH restant inchangé après cette opération, soit 100 %.

1.1.2 Structure financière

Au-delà de son activité de gestion de portefeuille, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises de ses filiales françaises et de certaines de ses 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 encours ; en particulier, le montant des « créances rattachées à des participations » ou des « emprunts et dettes divers » varie 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 de ses 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 2007, LVMH a procédé à l'émission d'un emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses (pour une contrevaletur à la souscription de 183 millions d'euros) au coupon de 3,375 % ; cet emprunt est remboursable au pair et en totalité en 2013. Les excédents de trésorerie, après toutes opérations de gestion, d'investissements et après versement des dividendes ont permis d'amortir à l'échéance des emprunts et dettes financières d'origine long terme pour 350 millions d'euros, dont 200 millions d'euros d'emprunts obligataires émis en 2004 et 150 millions d'euros au titre d'un emprunt bancaire contracté en 2001. Enfin, l'encours des billets de trésorerie a augmenté de 550 millions d'euros au cours de l'année.

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 et certaines de ses filiales européennes, 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 internationale, et dans un souci de diversification.

1.1.4 Capital social

Le capital social est resté inchangé à 146,9 millions d'euros.

1.2 Opérations de la société sur ses propres actions

Au cours de l'exercice, les opérations de la société sur ses propres actions ont été les suivantes :

	Valeurs mobilières de placement								Titres immobilisés	
	Plans d'options d'achat		Autres		Contrat de liquidité		Total		Nombre	EUR
	Nombre	EUR	Nombre	EUR	Nombre	EUR	Nombre	EUR		
<i>(en millions d'euros)</i>										
Au 1^{er} janvier	10 797 426	532,0	261 267	15,3	217 000	17,0	11 275 693	564,3	6 342 396	300,4
Achats	1 653 500	137,3	169 596	14,8	4 537 295	375,0	6 360 391	527,2	-	-
Cessions	-	-	-	-	(4 624 295)	(381,3)	(4 624 295)	(381,3)	-	-
Transferts	(2 373 795)	(115,9)	708 603	37,7	-	-	(1 665 192)	(78,2)	1 665 192	78,2
Levées d'options	(3 838 102)	(221,9)	-	-	-	-	(3 838 102)	(221,9)	-	-
Attribution d'actions	-	-	(93 059)	(5,6)	-	-	(93 059)	(5,6)	-	-
Au 31 décembre	6 239 029	331,5	1 046 407	62,4	130 000	10,7	7 415 436	404,6	8 007 588	378,7

Les achats d'actions ont été effectués dans le cadre du programme de rachat d'actions propres autorisé par l'Assemblée Générale Mixte des Actionnaires du 10 mai 2007.

Les cours moyens d'achat et de cession de titres, dans le cadre de l'animation du marché, ont été de 83 euros.

Au 31 décembre 2007, la totalité des actions LVMH auto-détenues représente 3,15 % du capital social.

Les opérations ci-dessus ont généré un montant de frais de 0,25 million d'euros.

1.3 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 montant de l'impôt sur les bénéfices inclut la part calculée dans le cadre de l'application du régime d'intégration fiscale avec certaines filiales, soit une charge de 13 millions d'euros.

Le résultat exceptionnel est constitué, pour l'essentiel, du produit de 449 millions d'euros constaté à la suite de l'annulation des TDI émis en 1990, et des variations nettes 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.

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 2007	783 412 326,27
Dotation à la réserve légale	-
Report à nouveau	2 759 550 929,12
Montant du résultat distribuable ⁽¹⁾	3 542 963 255,39
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	2 759 063 399,39
	3 542 963 255,39

(1) Pour mémoire, au 31 décembre 2007, la société détient 15 423 milliers de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 783 millions d'euros.

Si cette affectation est retenue, le montant brut du dividende global ressortira à 1,60 euro par action. Un acompte sur dividende de 0,35 euro par action ayant été distribué le 3 décembre 2007, le solde est de 1,25 euro. Il sera mis en paiement le 23 mai 2008.

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 brut 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 euros)</i>
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
2004	Acompte	489 937 410	2 décembre 2004	0,25
	Solde	"	18 mai 2005	0,70
	Total			0,95

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

3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS

3.1 Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2007, le groupe Arnault contrôlait 47,42 % du capital, contre 47,54 % au 31 décembre 2006 et 63,46 % des droits de vote, contre 63,33 % au 31 décembre 2006.

3.2 Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2007, 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 2007, 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, 76 059 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 mis en place par la société LVMH

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

Douze plans d'options d'achat et quatre plans d'options de souscription étaient ouverts au 31 décembre 2007. Le prix d'exercice des options est égal au cours de référence calculé conformément aux dispositions légales pour le plan ouvert en 2007, 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 de 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 (en euros)	Nombre d'options levées en 2007 ⁽²⁾	Nombre d'options non exercées au 31/12/2007
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
29 mai 1997 ⁽³⁾	319	233 040	97 500	46 000	37,50	469 875	-
29 janvier 1998	346	269 130	97 500	65 500	25,92	328 340	109 885
16 mars 1998	4	15 800	-	15 800	31,25	55 000	-
20 janvier 1999	364	320 059	97 000	99 000	32,10	660 270	203 790
16 septembre 1999	9	44 000	5 000	39 000	54,65	30 000	150 000
19 janvier 2000	552	376 110	122 500	81 000	80,10	29 000	1 603 850

(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.

(2) Ajusté du fait des opérations visées au ⁽¹⁾.

(3) Plan expiré le 28 mai 2007.

- 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			Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options levées en 2007	Nombre d'options non exercées au 31/12/2007
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
23 janvier 2001	786	2 649 075	987 500	445 000	65,12	339 585	1 847 315
6 mars 2001	1	40 000	-	40 000	63,53	5 000	30 000
14 mai 2001	44 669	1 105 877 ⁽¹⁾	-	-	66,00	48 600	481 094
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 ⁽²⁾	317 105	1 921 962
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 ⁽³⁾	1 555 327	1 297 073

(1) 25 options ont été attribuées à chaque bénéficiaire.

(2) Le prix d'exercice est de 45,70 euros pour les résidents italiens et de 43,86 euros pour les résidents américains.

(3) Le prix d'exercice pour les résidents italiens est de 38,73 euros.

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			Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options levées en 2007	Nombre d'options non exercées au 31/12/2007
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
21 janvier 2004	906	2 747 475	972 500	457 500	55,70 ⁽¹⁾	-	2 660 675
12 mai 2005	495	1 924 400	862 500	342 375	52,82 ⁽¹⁾	-	1 899 325

(1) 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.

- 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			Prix d'exercice (en euros)	Nombre d'options levées en 2007	Nombre d'options non exercées au 31/12/2007
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
11 mai 2006	520	1 789 359	852 500	339 875	78,84 ⁽¹⁾	-	1 776 009
10 mai 2007	524	1 679 988	805 875	311 544	86,12	-	1 679 384

(1) Le prix d'exercice pour les résidents italiens est de 82,41 euros.

3.4.3 Options attribuées et levées par les mandataires sociaux et les dix premiers salariés du Groupe

- Options attribuées durant l'exercice aux mandataires sociaux de la société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)	Date d'échéance du plan
Bernard Arnault	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	10 mai 2007	427 500	86,12	9 mai 2017
Antoine Arnault	"	10 mai 2007	9 500	86,12	9 mai 2017
Delphine Arnault-Gancia	"	10 mai 2007	9 500	86,12	9 mai 2017
Nicolas Bazire	"	10 mai 2007	142 500	86,12	9 mai 2017
Antonio Belloni	"	10 mai 2007	142 500	86,12	9 mai 2017
Pierre Godé	"	10 mai 2007	15 000	86,12	9 mai 2017
Gilles Hennessy	"	10 mai 2007	19 000	86,12	9 mai 2017
Patrick Houël	"	10 mai 2007	40 375	86,12	9 mai 2017

En application de la délibération du Conseil d'Administration du 10 mai 2007, 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 multiple de leur rémunération brute globale.

- Options levées durant l'exercice par les mandataires sociaux de la société

Bénéficiaires	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (en euros)
Bernard Arnault	29 mai 1997	385 000	37,50
"	29 janvier 1998	272 180	25,92
"	20 janvier 1999	385 000	32,10
"	22 janvier 2003	600 000	37,00
Nicolas Bazire	16 septembre 1999	25 000	54,65
"	23 janvier 2001	115 000	65,12
"	22 janvier 2003	200 000	37,00
Pierre Godé	20 janvier 1999	110 000	32,10
"	22 janvier 2002	52 500	43,30
"	22 janvier 2003	150 000	37,00
Gilles Hennessy	29 janvier 1998	8 250	25,92
Patrick Houël	22 janvier 2002	36 000	43,30
"	22 janvier 2003	45 500	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	10 mai 2007	311 544	86,12

- 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 mai 1997	11 000	37,50
"	29 janvier 1998	2 750	25,92
"	16 mars 1998	55 000	31,25
"	20 janvier 1999	84 700	32,10
"	16 septembre 1999	5 000	54,65
"	23 janvier 2001	25 000	65,12
"	6 mars 2001	5 000	63,53
"	22 janvier 2002	89 000	43,30
"	22 janvier 2003	101 450	37,00

3.5 Attribution d'actions gratuites aux salariés de la société

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.

Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 12 mai 2005

Date d'attribution des actions	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'actions attribuées			Attribution définitive	Solde au 31/12/2007
		Attribution initiale	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés		
12 mai 2005	333	97 817	-	23 325	93 059	-
11 mai 2006	347	164 306	-	30 575	-	159 696
10 mai 2007	348	152 076	-	34 805	-	151 808

- Actions attribuées définitivement durant l'exercice aux mandataires sociaux : les 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	12 mai 2005	23 325

3.6 Mouvements au cours de l'exercice

Plans d'options d'achat

(en nombre d'options)	2007	2006	2005
Options en vigueur au 1^{er} janvier	12 635 926	14 927 777	17 148 615
Options attribuées	-	-	-
Options levées	(3 838 102)	(2 242 958)	(1 264 340)
Options caduques	(544 795)	(48 893)	(956 498)
Options en vigueur au 31 décembre	8 253 029	12 635 926	14 927 777

Plans d'options de souscription

(en nombre d'options)	2007	2006	2005
Options en vigueur au 1^{er} janvier	6 426 534	4 637 175	2 747 475
Options attribuées	1 679 988	1 789 359	1 924 400
Options levées	-	-	-
Options caduques	(91 129)	-	(34 700)
Options en vigueur au 31 décembre	8 015 393	6 426 534	4 637 175

Attribution d'actions gratuites

(en nombre d'options)	2007	2006	2005
Attributions provisoires en vigueur au 1^{er} janvier	261 448	97 817	-
Attributions provisoires	152 076	164 306	97 817
Attributions définitives	(93 059)	-	-
Attributions caduques	(8 961)	(675)	-
Attributions provisoires au 31 décembre	311 504	261 448	97 817

3.7 Plans d'options mis en place par les filiales

La société LVMH Participations BV a mis en place le 24 juillet 2007 un plan d'options de souscription d'actions. À la date d'établissement du présent Document de Référence, aucune option n'a été levée et ce plan est devenu caduc.

4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

4.1 Autorisation d'intervenir en Bourse

L'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 a autorisé le Conseil d'Administration à mettre en place un programme de rachat d'actions de la Société et a fixé à 10 % du capital social le nombre maximum de titres pouvant être acquis, et à 130 euros par action le prix maximum unitaire d'achat.

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 Autorisation de réduire le capital social

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-209 du Code de commerce, l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 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.

4.3 Autorisation d'augmenter le capital social

L'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 a délégué au Conseil la compétence pour augmenter le capital social par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital ou donnant droit à un titre de créance, en faveur d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des Assurances ou son équivalent à l'étranger dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilantielle de la Société. En cas d'utilisation de cette délégation, le prix d'émission des actions devra être au moins égal à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de Bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 %.

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 proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois.

4.4 Actionnariat salarié

4.4.1 L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a autorisé le Conseil d'Administration à procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit de salariés et dirigeants du Groupe.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation, qui se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005, pour une durée de trente-huit mois. Cette autorisation permettra au Conseil d'Administration de procéder à une ou plusieurs attributions gratuites dans la limite globale de 1 % du capital social.

Le Conseil d'Administration aura la faculté de fixer la période minimale d'acquisition des actions à deux ans, avec obligation de conserver les actions pendant deux ans, ou à quatre ans, sans obligation de conservation.

Le Conseil d'Administration informera chaque année les actionnaires lors de l'Assemblée Générale annuelle des opérations réalisées dans le cadre de cette autorisation.

4.4.2 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. 443-5 alinéa 3 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 10 mai 2007.

5. AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL

Le détail des autorisations données au Conseil d'Administration d'augmenter le capital social et l'utilisation qui en a été faite figurent dans la partie « Renseignements de caractère général concernant le capital » du document de référence, au paragraphe 2.3.

6. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

6.1 Composition du Conseil d'Administration

Il vous est proposé de :

- renouveler les mandats d'Administrateur de Messieurs Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Diego Della Valle et Gilles Hennessy qui arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée ;
- nommer Monsieur Charles de Croisset en qualité d'Administrateur.

6.2 Liste des mandats et fonctions des Administrateurs

La liste de l'ensemble 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.

6.3 Rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des mandataires sociaux ⁽¹⁾

Membres du Conseil d'Administration (en euros)	Rémunération fixe		Rémunération variable		Jetons de présence	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Bernard Arnault ⁽³⁾	1 702 011	1 739 221	2 300 000	2 200 000	119 060	119 056
Antoine Arnault ⁽³⁾	150 000	86 931	20 000	-	45 000	30 000
Delphine Arnault-Gancia ⁽³⁾	90 000	-	20 000	-	58 158	65 333
Jean Arnault	-	-	-	-	45 000	49 709
Nicolas Bazire ⁽²⁾⁽³⁾	1 235 000	1 235 000	2 150 000	1 950 000	55 000	55 000
Antonio Belloni ⁽²⁾⁽³⁾	3 089 870	2 951 436	2 086 590	1 925 795	87 245	79 623
Antoine Bernheim	-	-	-	-	500 030	309 528
Nicholas Clive-Worms	-	-	-	-	67 500	67 500
Diego Della Valle	-	-	-	-	45 000	45 000
Albert Frère	-	-	-	-	67 500	67 500
Jacques Friedmann	-	-	-	-	55 000	55 000
Pierre Godé ⁽³⁾	710 878	159 261	-	-	131 463	133 312
Gilles Hennessy ⁽²⁾⁽³⁾	500 000	453 100	321 653	281 710	67 500	67 500
Patrick Houël ⁽²⁾⁽³⁾	632 075	609 892	374 387	356 559	78 453	78 453
Arnaud Lagardère	-	-	-	-	45 000	45 000
Lord Powell of Bayswater	299 401	300 719	-	-	45 000	45 000
Felix G. Rohatyn	218 882	238 892	-	-	45 000	45 000
Hubert Védrine	-	-	-	-	45 000	45 000

(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) Avantages en nature : voiture de fonction.

(3) 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.

Les membres du Comité Exécutif, le cas échéant également mandataires sociaux, peuvent bénéficier, au titre de leurs fonctions et sous certaines conditions, en particulier l'absence de faute dans l'exercice de leurs fonctions, d'une indemnité contractuelle de départ, à laquelle s'ajoute éventuellement le maintien partiel ou total des droits à l'exercice des stock options attribués antérieurement.

Lors de leur départ à la retraite, les mandataires sociaux qui sont membres du Comité Exécutif peuvent recevoir au titre de leur contrat de travail un complément de retraite à condition qu'ils

justifient d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité Exécutif et qu'ils fassent valoir simultanément leurs droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux. Ce complément correspond à une fraction du salaire du bénéficiaire et fait l'objet d'un plafond calculé par référence à celui de la sécurité sociale. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2007 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la note 30.3 de l'annexe aux comptes consolidés.

7. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES ⁽¹⁾

Personne concernée	Nature des opérations	Nombre d'actions	Prix moyen (en euros)
Bernard Arnault	Achat ⁽²⁾	1 642 180	34,13
Société(s) liée(s) à la famille de B. Arnault	Vente	600 000	87,58
Antoine Arnault	Vente	107 000	85,97
"	Achat	2 000	80,78
Delphine Arnault-Gancia	Vente	162 000	85,92
"	Achat	9 800	81,44
Nicolas Bazire	Vente	215 000	85,02
"	Achat ⁽²⁾	340 000	46,15
"	Vente de calls	275 000	
"	Achat de puts	275 000	
Personne(s) liée(s) à Nicolas Bazire	Vente	125 000	86,35
Pierre Godé	Vente	110 000	84,27
"	Achat ⁽²⁾	312 500	36,33
Gilles Hennessy	Achat ⁽²⁾	8 250	25,92
Patrick Houël	Vente	25	84,10
"	Achat ⁽²⁾	81 525	39,79

(1) Au sens de l'article R 621-43-1 du Code Monétaire et Financier.

(2) Levée d'options d'achat ou de souscription d'actions.

8. 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 2007, contrôlait 47,42 % du capital et 63,46 % 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 ;

- 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.

9. 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 du Conseil d'Administration sur la Gestion du Groupe.

10. 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

PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS

	<i>Page</i>
1. RAPPORT SPÉCIAL SUR LES PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS	194
2. DESCRIPTIF DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME DE RACHAT SOUMIS À L' AUTORISATION DE L' ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 15 MAI 2008 DANS LE CADRE DE LA DIXIÈME RÉOLUTION	195
3. TABLEAU DE DÉCLARATION SYNTHÉTIQUE DES OPÉRATIONS RÉALISÉES PAR L' ÉMETTEUR SUR SES PROPRES TITRES DU 1^{ER} MARS 2007 AU 31 DÉCEMBRE 2007	196

PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS

1. RAPPORT SPÉCIAL SUR LES PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS

En application des dispositions de l'article L. 225-209 du Code de commerce, le présent rapport a pour objet d'informer l'Assemblée Générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées, entre le 1^{er} mars 2007 et le 31 décembre 2007, 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 11 mai 2006 et 10 mai 2007.

- 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 3 801 795 actions LVMH au cours moyen de 83,10 euros et a cédé 3 769 595 actions LVMH au cours moyen de 83,62 euros.

LVMH a par ailleurs acquis directement 169 596 de ses titres en couverture de plans.

En outre, la société a exercé 1 375 500 calls portant sur ses propres titres.

Le tableau ci-dessous récapitule, par finalité, les opérations effectuées, en date de valeur, pendant la période du 1^{er} mars 2007 au 10 mai 2007 et pendant la période du 11 mai 2007 au 31 décembre 2007 :

<i>(en nombre d'actions)</i>	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la société	Échange ou paiement lors d'acquisitions	Annulation	Total
Solde au 28 février 2007	97 800	17 001 492	-	-	-	17 099 292
Achats	959 877	100 000	-	-	-	1 059 877
Prix moyen <i>(en euros)</i>	83,40	87,95				83,83
Cessions	(957 618)	-	-	-	-	(957 618)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	84,36					84,36
Levées d'options d'achat	-	(391 582)	-	-	-	(391 582)
Prix moyen <i>(en euros)</i>		41,43				41,43
Exercices de calls	-	434 000	-	-	-	434 000
Prix moyen <i>(en euros)</i>		37,00				37,00
Attributions gratuites	-	-	-	-	-	-
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Solde au 10 mai 2007	100 059	17 143 910	-	-	-	17 243 969
Achats	2 841 918	69 596	-	-	-	2 911 514
Prix moyen <i>(en euros)</i>	83,00	86,98				83,10
Cessions	(2 811 977)	-	-	-	-	(2 811 977)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	83,37					83,37
Levées d'options d'achat	-	(2 768 923)	-	-	-	(2 768 923)
Prix moyen <i>(en euros)</i>		37,37				37,37
Exercices de calls	-	941 500	-	-	-	941 500
Prix moyen <i>(en euros)</i>		30,52				30,52
Attributions gratuites		(93 059)				(93 059)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Solde au 31 décembre 2007	130 000	15 293 024	-	-	-	15 423 024

- Pendant cette période, la société a procédé à l'achat de calls portant sur 1 429 000 actions, soit 0,3 % de son capital, dont 1 089 000 du 1^{er} mars au 10 mai 2007 et 340 000 du 11 mai au 31 décembre 2007. Au 31 décembre 2007, compte tenu des 1 375 500 calls exercés au cours de la période, des calls portant sur 2 014 000 actions étaient détenus par la société, avec pour finalité la couverture de plans d'options sur actions.
- La société n'a procédé à aucune annulation d'actions au cours des vingt-quatre mois précédant le 31 décembre 2007.

2. DESCRIPTIF DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME DE RACHAT SOUMIS À L'AUTORISATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 15 MAI 2008 DANS LE CADRE DE LA DIXIÈME RÉOLUTION

- 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 15 423 024 titres et de la détention de 2 014 000 calls au 31 décembre 2007, seules 31 556 717 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 Mixte du 15 mai 2008.

3. TABLEAU DE DÉCLARATION SYNTHÉTIQUE DES OPÉRATIONS RÉALISÉES PAR L'ÉMETTEUR SUR SES PROPRES TITRES DU 1^{ER} MARS 2007 AU 31 DÉCEMBRE 2007

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} mars 2007 au 31 décembre 2007.

Nombre de titres détenus en portefeuille au 28 février 2007 :	17 099 292
Au 31 décembre 2007 :	
Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte :	3,15 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois :	néant
Nombre de titres détenus en portefeuille :	15 423 024
Valeur comptable du portefeuille :	745 117 000 euros
Valeur de marché du portefeuille :	1 275 175 624 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 décembre 2007			
	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	5 346 891	7 023 159	2 014 000			
dont :						
- contrat de liquidité	3 801 795	3 769 595				
- achats en couverture de plans	169 596					
- levées d'options d'achat		3 160 505				
- attributions gratuites		93 059				
- exercices de calls	1 375 500			-	-	-
Échéance maximale moyenne			35 mois	-	-	-
Cours moyen de la transaction* (en euros)	83,10	83,62				
Prix d'exercice moyen (en euros)	32,57	37,87	42,06	-	-	-
Montants (en euros)	315 940 062	434 905 627				

* Hors actions attribuées gratuitement.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

	<i>Page</i>
BILAN	198
COMPTE DE RÉSULTAT	200
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	201
RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES	202
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	203
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2007	216
FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2007	216
RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	217
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	218

PASSIF

(en millions d'euros)

		2007	2006	2005
	Notes	Avant affectation	Avant affectation	Avant affectation
CAPITAUX PROPRES				
Capital social (dont versé : MEUR 147,0)	16	147,0	147,0	147,0
Primes d'émission, de fusion et d'apport	16	1 736,3	1 736,3	1 736,3
Ecart de réévaluation	17	41,5	41,5	41,6
Réserve légale		14,7	14,7	14,7
Réserves réglementées	18	331,3	331,3	331,3
Autres réserves		195,0	195,0	195,0
Report à nouveau		2 759,6	2 394,1	1 493,6
Acompte sur dividendes		(166,1)	(141,7)	(122,5)
Résultat de l'exercice		783,4	1 027,5	1 447,5
Provisions réglementées		0,1	0,1	0,1
		5 842,8	5 745,8	5 284,6
PROVISIONS				
	19			
Provisions pour risques		378,2	308,9	309,6
Provisions pour charges		44,7	30,3	19,8
		422,9	339,2	329,4
AUTRES PASSIFS				
	20			
Titres à Durée Indéterminée (T.D.I.)		88,6	546,1	551,7
Emprunts obligataires convertibles		-	-	-
Autres emprunts obligataires		3 000,7	3 016,3	3 993,3
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		372,7	597,6	541,4
Emprunts et dettes financières divers		5 016,5	3 526,3	3 271,1
Dettes fournisseurs et comptes rattachés ⁽¹⁾		122,8	21,6	22,6
Dettes fiscales et sociales		24,6	89,7	32,5
Autres dettes ⁽¹⁾		121,8	217,4	313,1
COMPTES DE REGULARISATION				
Produits constatés d'avance		31,7	9,3	0,8
		8 779,4	8 024,3	8 726,5
Écart de conversion passif		-	-	-
TOTAL PASSIF		15 045,1	14 109,3	14 340,5

(1) Après reclassement, en 2007, des factures non parvenues de la rubrique « Autres dettes » à la rubrique « Dettes fournisseurs », soit 102 millions d'euros.

COMPTÉ DE RÉSULTAT

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2007	2006	2005
Produits financiers de participations		737,9	945,9	664,2
Prestations de services, autres revenus		179,2	177,1	153,5
Produits financiers de participations et autres revenus	3	917,1	1 123,0	817,7
Reprises d'amortissements et provisions	19	16,5	4,0	1,5
Autres produits d'exploitation		-	0,1	0,6
Total des produits d'exploitation		933,7	1 127,1	819,8
Autres achats et charges externes		189,3	184,1	160,6
Impôts, taxes et versements assimilés		3,5	3,2	3,9
Rémunérations, charges sociales et assimilés		44,5	39,8	47,5
Dotations aux amortissements		0,2	0,1	0,1
Dotations aux dépréciations et provisions	19	49,8	27,5	13,6
Autres charges		2,0	1,2	1,2
Total des charges d'exploitation		289,4	256,0	226,8
Reprises de provisions et transferts de charges	19	86,6	-	26,1
Intérêts et produits assimilés	4	206,8	178,3	146,1
Différences positives de change	5	1 154,5	795,8	1 279,2
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		5,7	8,1	4,6
Total des produits financiers		1 453,6	982,2	1 455,9
Dotations aux dépréciations et provisions	19	88,9	106,4	17,9
Intérêts et charges assimilées	6	386,7	272,0	294,2
Différences négatives de change	5	1 146,1	797,5	1 264,3
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		3,1	5,5	9,5
Total des charges financières		1 624,9	1 181,3	1 586,0
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		473,0	672,0	462,9
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	7	454,0	-	-
Produits exceptionnels sur opérations en capital	7	-	2,8	0,1
Reprises de provisions et transferts de charges	19	37,8	507,4	852,7
Total des produits exceptionnels		491,9	510,2	852,8
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	7	-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	7	0,1	0,1	-
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	19	173,4	54,8	1,6
Total des charges exceptionnelles		173,5	54,9	1,6
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL		318,4	455,3	851,2
(Produit)/Charge d'impôt sur les bénéfices	8	8,0	99,8	(133,4)
RÉSULTAT NET		783,4	1 027,5	1 447,5

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
EXPLOITATION			
Résultat net	783,4	1 027,5	1 447,5
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	93,7	(493,7)	(841,7)
Variation des autres provisions	83,8	103,5	4,5
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	(3,0)	(5,0)	3,0
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	957,9	632,3	613,3
Variation des comptes courants intra-Groupe	1 140,4	(8,3)	(67,4)
Variation des autres créances et dettes	(29,2)	184,3	12,8
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPERATIONS D'EXPLOITATION	2 069,1	808,3	558,7
INVESTISSEMENT			
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	-	(2,0)	-
Acquisition de titres de participation	-	-	-
Cession de titres de participation et opérations assimilées	-	-	-
Souscription aux augmentations de capital de filiales	(1 200,0)	(6,0)	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPERATIONS D'INVESTISSEMENT	(1 200,0)	(8,0)	0,0
FINANCEMENT			
Augmentation de capital	-	-	-
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	83,4	53,0	33,0
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(686,4)	(566,0)	(449,0)
Emission ou souscription de dettes financières	690,2	359,0	816,6
Remboursement de dettes financières	(837,3)	(1 083,0)	(888,0)
(Acquisition)/Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(750,1)	(1 237,0)	(487,4)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	119,0	(436,7)	71,3
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	70,3	507,2	436,0
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	189,3	70,3	507,2

RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)	2003	2004	2005	2006	2007
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
2. Opérations et résultats de l'exercice					
• Produits financiers de participations et autres revenus	1 349,5	960,8	817,7	1 123,0	917,1
• Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions)	961,0	641,1	467,1	804,7	962,7
• (Produit) / Charge d'impôts sur les bénéfices ⁽¹⁾	-	-	-	-	-
• Résultat après impôts et charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions) ⁽²⁾	768,4	1 011,1	1 447,5	1 027,5	783,4
• Résultat distribué ⁽³⁾	416,4	465,4	563,4	685,9	783,9
3. Résultats par action					
• Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions)	2,57	1,87	1,23	1,44	1,95
• Résultat après impôts, et charges calculées (amortissements, dépréciations et provisions) ⁽²⁾	1,57	2,06	2,95	2,10	1,60
• Dividende brut distribué à chaque action ⁽³⁾⁽⁴⁾	0,85	0,95	1,15	1,40	1,60
4. Personnel					
• Effectif moyen (en nombre)	36	33	27	24	25
• Montant de la masse salariale	34,5	28,5	35,9	31,0	44,5
• Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	10,2	8,6	10,7	9,0	10,7

(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. Pour l'exercice 2007, montant proposé à l'Assemblée Générale Ordinaire du 15 mai 2008.

(4) Avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire, et net, en 2003, du montant de l'avoir fiscal.

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, en particulier en matière juridique, financière, fiscale, ou dans le domaine des assurances.

Au-delà des 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 Général

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.

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 pour une meilleure lisibilité du compte de résultat.

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

2.6.1 Actions LVMH

Les actions LVMH sont comptabilisées à leur prix d'acquisition.

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, d'une annulation ou d'un échange sont comptabilisées en immobilisations financières. Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat sont affectées à ces plans.

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH, calculée comme défini au 2.5 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence.

Pour les actions affectées aux plans d'options d'achat, 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 outre, lorsque la valeur des actions LVMH affectées aux plans d'options d'achat, nette de dépréciation, est supérieure au prix d'exercice prévu par chacun des plans, une provision pour risques et charges est comptabilisée, du montant de la différence.

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.

Les actions détenues dans le cadre des plans d'attribution d'actions gratuites donnent lieu à constitution d'une provision pour risques du montant de leur valeur comptable dès leur affectation à ces plans.

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 ») ; toutefois lorsque, à la date de la clôture, il est jugé que compte tenu du prix d'exercice du plan couvert,

les porteurs d'options exerceront leurs droits, il peut être enregistré dès cette date une dépréciation du montant des primes comptabilisées.

2.7 Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participation, 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 pour compte propre 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 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)	2007	2006	2005
Produits financiers de filiales et participations :			
- dividendes perçus de sociétés françaises	472,4	671,9	411,6
- quote-part de résultats de sociétés françaises « transparentes »	265,5	274,0	252,6
	737,9	945,9	664,2
Revenus fonciers	6,3	6,0	5,6
Prestations de services	172,9	171,0	147,9
	917,1	1 123,0	817,7

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 Note 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)	2007	2006	2005
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	187,5	145,8	113,4
Revenus de placements et autres produits financiers	19,3	32,5	32,7
	206,8	178,3	146,1

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⁾	1 137,8	1 137,8
Résultat au titre d'opérations pour compte propre	8,3	16,7
	1 146,1	1 154,5

(1) Voir Note 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)	2007	2006	2005
Intérêts sur TDI	2,9	16,7	71,1
Intérêts sur emprunts obligataires	124,4	124,4	116,1
Intérêts sur emprunts bancaires	5,8	10,2	8,4
Intérêts sur billets de trésorerie	40,1	16,1	17,8
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	126,3	86,1	59,7
Autres intérêts et charges financières	87,1	18,5	21,2
	386,7	272,0	294,2

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

En février 2007, LVMH a acquis pour un montant symbolique, en vertu d'une option d'achat, les titres à durée indéterminée (TDI) émis en décembre 1990, qui ont été annulés immédiatement après leur acquisition. Le résultat exceptionnel de l'exercice 2007 inclut un profit de 449 millions d'euros du montant non amorti des TDI à cette date.

Le solde est constitué, pour l'essentiel, de la variation nette des dépréciations des titres de participation.

8. IMPÔTS 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 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 2007, le montant des déficits fiscaux restituables par LVMH aux filiales intégrées dont la convention le prévoit, s'élève à 626 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	473,0	(71,8)	401,2
Résultat exceptionnel	318,4	(1,6)	316,8
Incidence des reports déficitaires	-	73,4	73,4
	791,4	-	791,4
Impôt sur exercices antérieurs	-	5,2	5,2
Intégration fiscale	-	(13,2)	(13,2)
	791,4	(8,0)	783,4

8.3 Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2007 à un montant net débiteur de 11 millions d'euros, dont 3 millions d'euros au titre de différences temporaires devant se renverser en 2008.

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en millions d'euros)	2007
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2006	35,8
Investissements	0,3
Cessions et mises hors service	(0,1)
Variation nette des amortissements	(0,1)
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2007	35,9

10. PARTICIPATIONS

(en millions d'euros)	2007	2006	2005
Valeur brute du portefeuille de participations	11 283,2	10 083,2	10 077,2
Dépréciation	(1 702,2)	(1 619,8)	(2 124,6)
Valeur nette du portefeuille de participations	9 581,0	8 463,4	7 952,6

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

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)	2007			2006	2005
	Brut	Dépréciation	Net	Net	Net
Créances sur des entreprises liées	318,5	-	318,5	342,7	542,3
dont :					
<i>comptes courants d'intégration fiscale</i>	26,6	-	26,6	24,9	268,9
<i>quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir</i>	265,5	-	265,5	274,0	176,3
<i>primes payées sur options de change</i>	8,8	-	8,8	19,6	71,6
<i>produits à recevoir d'entreprises liées</i>	-	-	-	-	1,0
Créances sur l'État	69,1	-	69,1	96,9	134,7
Autres créances	227,6	(90,5)	137,1	94,5	165,2
dont :					
<i>primes payées sur options de change</i>	99,4	-	99,4	80,8	144,4
<i>primes payées sur options d'achat d'actions LVMH</i>	86,1	(86,1)	-	-	-
	615,2	(90,5)	524,7	534,1	842,2

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 2007, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2007			2006
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Titres immobilisés	378,7	-	378,7	300,4
Plans d'options d'achat	331,5	(0,1)	331,4	531,4
Plans d'attribution d'actions gratuites	22,3	-	22,3	15,3
Plans futurs	40,1	-	40,1	-
Contrat de liquidité	10,7	-	10,7	17,0
Valeurs mobilières de placement	404,6	(0,1)	404,5	563,7

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	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur
Au 1^{er} janvier	10 797 426	532,0	261 267	15,3	217 000	17,0	11 275 693	564,3
Achats	1 653 500	137,3	169 596	14,8	4 537 295	375,0	6 360 391	527,2
Cessions	-	-	-	-	(4 624 295)	(381,3)	(4 624 295)	(381,3)
Transferts	(2 373 795)	(115,9)	708 603	37,7	-	-	(1 665 192)	(78,2)
Levées d'options	(3 838 102)	(221,9)	-	-	-	-	(3 838 102)	(221,9)
Attribution d'actions	-	-	(93 059)	(5,6)	-	-	(93 059)	(5,6)
Au 31 décembre	6 239 029	331,5	1 046 407	62,4	130 000	10,7	7 415 436	404,6

La plus-value dégagée par les cessions s'est élevée à 2,6 millions d'euros.

(en millions d'euros)	Titres immobilisés	
	Nombre	Valeur
Au 1^{er} janvier	6 342 396	300,4
Achats	-	-
Transferts	1 665 192	78,2
Au 31 décembre	8 007 588	378,7

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 2007, la valeur boursière des actions détenues dans le cadre du contrat de liquidité n'est pas différente de leur valeur comptable, soit 11 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
Au 31 décembre 2006	1 838 500	93,5
Achats	1 829 000	76,3
Exercices	(1 653 500)	83,7
Au 31 décembre 2007	2 014 000	86,1

Les calls en vie au 31 décembre 2007 sont exerçables à tout instant selon l'échéancier suivant :

Échéance des calls		Valeur
(en millions d'euros)		
au plus tard en	2008	4,1
	2009	5,7
	2012	76,3
Total		86,1

14. CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE

Les charges constatées d'avance sont constituées essentiellement d'intérêts et charges assimilées.

15. ÉCARTS DE CONVERSION

Les écarts de conversion actifs proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2007, des créances clients et dettes fournisseurs en devises.

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.

Au 31 décembre 2007, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	225 670 036	46,06
Actions à droit de vote simple	248 844 350	50,79
	474 514 386	96,85
Actions détenues par LVMH	15 423 024	3,15
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)	Capital et primes	Réserves et provisions réglementées	Autres réserves	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2006 avant affectation	1 883,3	387,6	195,0	2 394,1	(141,7)	1 027,5	5 745,8
Affectation du résultat 2006				1 027,5		(1 027,5)	-
Dividendes 2006				(685,9)	141,7		(544,3)
dont actions auto-détenues				23,9			23,9
Au 31 décembre 2006 après affectation	1 883,3	387,6	195,0	2 759,6	-	-	5 225,5
Acompte sur dividendes 2007					(171,5)		(171,5)
dont actions auto-détenues					5,4		5,4
Résultat de l'exercice 2007						783,4	783,4
Au 31 décembre 2007 avant affectation	1 883,3	387,6	195,0	2 759,6	(166,0)	783,4	5 842,8

L'affectation du résultat de l'exercice 2006 résulte des résolutions de l'Assemblée Générale mixte du 10 mai 2007.

17. ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

Les « Ecarts 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)	2007	2006	2005
Vignobles et autres terrains	17,9	17,9	18,0
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23,6	23,6	23,6
Total	41,5	41,5	41,6

18. RÉSERVES

18.1 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.

18.2 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.

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 2006	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2007
Dépréciations d'actifs :					
- titres de participation	1 619,8	114,4		(32,0)	1 702,2
- actions LVMH	0,6			(0,5)	0,1
- autres actifs	128,5	87,4	(83,8)		132,1
Provisions pour risques et charges :					
- pour risques généraux	269,7	52,0	(1,7)		320,0
- pour charges au titre des plans d'options et assimilés	37,0	23,7	(5,8)	(7,6)	47,3
- pour autres charges	32,5	34,6	(2,7)	(8,8)	55,6
Total	2 088,1	312,1	(94,0)	(48,9)	2 257,3
dont : résultat d'exploitation		49,8	(8,4)	(8,2)	
résultat financier		88,9	(83,7)	(2,9)	
résultat exceptionnel		173,4	(1,9)	(37,8)	
		312,1	(94,0)	(48,9)	

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.

Les provisions pour charges au titre des plans d'options incluent le coût de mise en place des plans d'attribution d'actions gratuites et, dans le cadre des plans d'options d'achat, le montant de la différence entre le prix de revient du plan et le prix d'exercice des options par les bénéficiaires (Voir Note 2.6 Principes comptables).

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 <i>(en millions d'euros)</i>	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		à 1 an au plus	de 1 à 5 ans	à plus de 5 ans		
Titres à Durée Indéterminée (TDI)	88,6	-	-	88,6	-	-
Autres emprunts obligataires	3 000,7	832,1	1 985,1	183,5	26,0	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	372,7	311,7	61,0	-	0,2	-
Autres emprunts et dettes financières	5 016,5	5 016,5	-	-	14,7	3 966,2
Dettes financières	8 478,4	6 160,3	2 046,1	272,1	40,9	3 966,2
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	122,8	122,8	-	-	117,8	101,9
Dettes fiscales et sociales	24,6	24,6	-	-	22,0	-
Autres dettes (dont primes reçues sur options de change : 106,4 millions d'euros)	121,8	121,8	-	-	6,7	101,6
TOTAL	8 747,6	6 429,5	2 046,1	272,1	187,3	4 169,7

20.1 Titres à durée indéterminée (T.D.I.)

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 ne donnent plus lieu à versement d'intérêts depuis le 20 décembre 2005, date du quinzième anniversaire de l'émission de ces titres ; les TDI de 1992 ont été émis au taux facial de 9,70 % l'an.

Le régime fiscal initial des émissions a été modifié par la loi de finances pour 2006, qui a inséré dans le Code Général des Impôts une disposition prévoyant l'imposition, au terme d'une période de quinze années après l'émission, d'une partie du produit résultant

du placement des versements aux sociétés tierces. Cette imposition est due au titre de l'exercice au cours duquel ces valeurs mobilières donnent lieu au paiement d'un montant d'intérêts effectif inférieur au produit du montant nominal de l'émission par le taux d'intérêt légal, soit l'exercice 2006 pour les TDI de 1990 et l'exercice 2007 pour les TDI de 1992. La charge correspondante s'élève à 13 millions d'euros en 2007 (63 millions d'euros en 2006).

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 2007 atteint 3 milliards d'euros.

(en millions d'euros)	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Échéances	Nominal au 31 décembre 2007	Intérêts courus après swap	Total
Émissions publiques :						
CHF 300 000 000, 2007	3,375 %	-	2013	183,5	0,7	184,1
EUR 600 000 000, 2005 ⁽¹⁾	3,375 %	-	2012	600,0	10,6	610,6
EUR 600 000 000, 2004 ⁽²⁾	4,625 %	total	2011	600,0	5,3	605,3
EUR 750 000 000, 2003 ⁽³⁾	5,00 %	total	2010	750,0	7,4	757,4
EUR 500 000 000, 2001 ⁽⁴⁾	6,125 %	total	2008	500,0	0,4	500,4
Placements privés :						
CZK 300 000 000, 2006	3,575 %	total	2009	10,6	0,2	10,8
CZK 770 000 000, 2004	variable	-	2009	24,5	0,1	24,6
EUR 306 130 153, 2003	variable	-	2008	306,1	1,2	307,3
Total				2 974,7	26,0	3 000,7

(1) Émis à 99,828 % du nominal.

(2) Émis à 99,427 % du nominal.

(3) Émis à 99,986 % du nominal.

(4) Émis à 99,363 % du nominal.

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 de couverture de taux ont pu être réalisées.

Au cours de l'exercice 2007, des emprunts obligataires ont été remboursés pour un montant de 200 millions d'euros.

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 2007, la répartition par devise de la dette financière de 8 478 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 :

Devises	Contre-valeur (en millions d'euros)	
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture
Euro	4 252	3 809
Franc suisse	184	662
Livre sterling	34	34
Autres devises	41	7
Dette financière hors groupe LVMH	4 512	4 512
Entreprises liées		3 966
Total dettes financières		8 478

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 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.

Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation de crédit internationale, 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 2007, 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	-	1 000,0	-	23,7
Swaps payeurs de taux variable	1 500,0	1 546,0	-	24,6

(1) Gain / (perte).

21.2 Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2007, 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	401,9	401,9	10,3
- options de change	2 886,7	2 886,7	202,9
Opérations pour compte propre :			
- options achetés	(34)	-	1,6
- Contrats à terme	971,4	-	27,9
- swaps cambistes	12,1	-	(5)

(1) Gain / (perte).

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 2007, s'élève à 22,2 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 de 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 5,00 %

Taux de rendement long terme attendu des placements 4,75 %

Au 31 décembre 2007, l'engagement net non comptabilisé est de 20 millions d'euros.

22.3 Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 3 761 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)	31 décembre 2007
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales ou autres sociétés du groupe	1 541,5
Engagement potentiel au titre des calls sur actions LVMH	84,7

22.5 Autres engagements en faveur de LVMH

(en millions d'euros)	31 décembre 2007
Lignes de crédit à long terme confirmées non tirées	2 281,5
Lignes de crédit à court terme confirmées non tirées	1 452,3
	3 733,8

22.6 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 2007

Titres de participation et autres titres immobilisés (en millions d'euros)	% de participation directe	Valeur nette comptable
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 019,0
23 742 919 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA	99,94	822,0
68 959 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,98	76,5
411 826 000 actions de valeur nominale EUR 15 de Sofidiv SAS	100,00	7 166,8
1 961 048 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259,2
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 13,82 de Moët Hennessy International SA	58,67	74,4
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 SA (Luxembourg)	32,17	0,6
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6,7
3 500 000 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services Ltd (Grande Bretagne)	100,00	2,6
2 333 060 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	136,7
Autres titres de participation		23,0
TOTAL		9 581,0

Voir également Note 13.1 Actions LVMH.

FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2007

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 2007 ⁽³⁾
						Brute	Nette					
<i>(en millions d'unités monétaires)</i>												
1. Filiales (>50 %) :												
Moët Hennessy SNC	Boulogne	EUR	428,7	2 297,6	58,67	1 019,0	1 019,0	-	-	618,3	452,2	-
Moët Hennessy Inter. SAS	Boulogne	EUR	151,6	165,3	58,67	74,4	74,4	-	-	53,6	53,7	6,9
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35,6	1 498,1	99,94	822,0	822,0	-	-	939,7	899,7	403,6
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2,6	278,5	99,98	76,5	76,5	0,8	-	933,0	121,7	50,0
Sofidiv SAS	Boulogne	EUR	6 177,4	989,3	100	7 866,4	7 166,8	-	-	24,1	31,8	-
LVMH Finance SA	Boulogne	EUR	35,0	106,1	99,99	1 130,5	136,7	-	-	0,1	(108,6)	-
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29,4	93,7	99,99	259,2	259,2	-	-	245,4	20,1	11,9
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150,0	566,3	100	7,6	7,6	-	310,4	1 060,5	37,5	-
LVMH Services Ltd	Londres	GBP	7,4	(5,5)	100	11,5	2,6	-	-	0,9	(0,7)	-
2. Participations (>10 % et < 50 %)												
GIE LVMH Services	Boulogne	EUR	44,3	1,1	20,00	8,9	8,9	-	-	2,2	1,1	-
3. Participations (<10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5,3	13,4	5,44	6,7	6,7	18,0	-	107,2	4,6	-
4. Autres participations						1	1	-	-			-
Total						11 283,2	9 581,0	18,8	310,4			472,4

(1) En devises pour les filiales étrangères.

(2) Avant affectation du résultat de l'exercice.

(3) En millions d'euros.

RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

Mesdames, Messieurs les 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 2007, 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 spécifiques et les informations 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 professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

II. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants : la note 2.3. de la section « 2. Principes, règles et méthodes comptables » de l'annexe expose les règles et les méthodes comptables relatives aux immobilisations financières. 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, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur :

- la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels,
- 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 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

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 effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées 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 S.A.S.

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 S.A.S.

Le 17 janvier 2007, le Conseil d'Administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à la convention d'assistance conclue le 31 juillet 1998 entre votre société et la société Montaigne Participations et Gestion. Pour mémoire, à la suite de l'absorption de la société Montaigne Participations et Gestion par la société Groupe Arnault S.A.S. le 22 décembre 2004, cette convention a été reprise par Groupe Arnault S.A.S.

La modification porte sur la rémunération prévue dans ce contrat, fixée à 4 600 000 euros par an (hors taxes) à compter du 1^{er} janvier 2007.

2. AUTRE CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS

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.

Nature, objet et modalités : Répartition des frais de holdings du groupe LVMH.

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 2007.

Le montant supporté par les activités « Vins et Spiritueux » au cours de l'exercice s'est élevé à 49,9 millions d'euros dont 28 millions d'euros au titre de la société Moët Hennessy SNC.

Nature, objet et modalités : Financement par souscription de parts sociales.

La convention relative à la souscription par une société en nom collectif, dont votre société et la société Christian Dior sont associées, de deux emprunts obligataires émis respectivement par votre société, pour un montant de 306 millions d'euros, et la société Christian Dior, s'est poursuivie en 2007.

Le montant des intérêts versés par votre société s'est élevé à 13 500 340 euros.

Nature, objet et modalités : Convention de prestations de services.

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, moyennant une rémunération forfaitaire annuelle hors taxes de 45 750 euros, s'est poursuivie en 2007.

Nature, objet et modalités : Financement du régime de retraite complémentaire.

Le financement du régime de retraite complémentaire, via une compagnie d'assurances, mis en place en 1999 au bénéfice des membres du Comité Exécutif dont certains membres sont également administrateurs, s'est poursuivi au cours de l'exercice 2007.

La charge en résultant pour votre société au cours de l'exercice 2007 est comprise dans le montant figurant à la note 30.3 de l'annexe aux états financiers consolidés.

Nature, objet et modalités : Location d'œuvres d'art.

La location à votre société par la société Groupe Arnault S.A.S. d'un ensemble d'œuvres d'art s'est poursuivie en 2007.

La charge supportée à ce titre en 2007 par votre société s'est élevée à 611 631 euros.

Nature, objet et modalités : Cautionnement d'un emprunt bancaire.

Votre société et la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. sont co-emprunteurs dans le cadre d'une convention de crédit de 650 millions d'US dollars. Votre société a consenti une garantie sur la part empruntée par la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton 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 2007 par votre société.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

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 15 MAI 2008

	<i>Page</i>
1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	222
2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	224
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS ACHETÉES	227
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L' ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS EXISTANTES OU À ÉMETTRE AU PROFIT DES MEMBRES DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES MANDATAIRES SOCIAUX	228
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L' ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION	229
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	230

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 15 MAI 2008

1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

Première 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 2007, 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 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 2007, 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.

En conséquence, elle donne aux membres du Conseil d'Administration quitus de l'exécution de leur mandat pour ledit exercice.

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 2007 de la façon suivante :

	Euros
Résultat comptable de l'exercice clos le 31 décembre 2007	783 412 326,27
Dotation à la réserve légale	-
Report à nouveau	2 759 550 929,12
Montant du résultat distribuable ⁽¹⁾	3 542 963 255,39
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	2 759 063 399,39
	3 542 963 255,39

(1) Pour mémoire, au 31 décembre 2007, la société détient 15 423 milliers de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 783 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 3 décembre 2007, le solde s'élève à 1,25 euro. Il sera mis en paiement le 23 mai 2008.

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	Nombre d'actions composant le capital	Date de mise en paiement	Dividende brut ⁽¹⁾ (en euros)	Montant de l'abattement (en euros)
2006				
Acompte	489 937 410	1 ^{er} décembre 2006	0,30	0,12
Solde	"	15 mai 2007	1,10	0,44
Total			1,40	0,56
2005				
Acompte	489 937 410	2 décembre 2005	0,25	0,125
Solde	"	18 mai 2006	0,90	0,36
Total			1,15	0,485
2004				
Acompte	489 937 410	2 décembre 2004	0,25	NA
Solde	"	18 mai 2005	0,70	0,35
Total			0,95	0,35

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

Cinquième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Nicolas Bazire

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Nicolas Bazire 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 2011.

Sixième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Antonio Belloni

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Antonio Belloni 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 2011.

Septième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Diego Della Valle

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Diego Della Valle 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 2011.

Huitième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Gilles Hennessy

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Gilles Hennessy 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 2011.

Neuvième résolution : Nomination de M. Charles de Croisset en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Charles de Croisset 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 2011.

Dixième 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 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 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 2007 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 10 mai 2007, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Onzième 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 10 mai 2007.

Douzième résolution : Autorisation d'attribuer des actions gratuites aux salariés et dirigeants du Groupe

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux articles L. 225-197-1 et suivants du Code de commerce,

1. autorise le Conseil d'Administration sur ses seules délibérations à procéder, en une ou plusieurs fois, au profit de membres du personnel salarié et de mandataires sociaux de la société ou des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-197-2 du Code de commerce, à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre ;
2. fixe à trente-huit mois, à compter de ce jour, la durée de validité de la présente autorisation ;
3. décide que le nombre total d'actions distribuées gratuitement ne pourra représenter plus de 1 % du capital social à ce jour, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur 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 ou 15^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et des 15^e, 16^e ou 17^e résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 ;
4. décide que l'attribution des actions à leurs bénéficiaires sera définitive soit (i) au terme d'une période d'acquisition d'une durée minimale de deux ans, les bénéficiaires devant alors conserver lesdites actions pendant une durée minimale de deux ans à compter de leur attribution définitive, soit (ii) au terme d'une période d'acquisition minimale de quatre ans, et dans ce cas sans période de conservation minimale. Il est entendu que le Conseil d'Administration aura la faculté de choisir entre ces deux possibilités et de les utiliser alternativement ou concurremment et dans le respect des dispositions de l'article L. 225-197-1 du Code de commerce, de fixer la durée des périodes d'acquisition et de conservation ;
5. autorise le Conseil d'Administration à procéder, le cas échéant, pendant la période d'acquisition, aux ajustements du nombre d'actions liés aux éventuelles opérations sur le capital social de manière à préserver les droits des bénéficiaires ;
6. prend acte que si l'attribution porte sur des actions à émettre, la présente autorisation emporte de plein droit, au profit des bénéficiaires des actions attribuées gratuitement, renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription ;
7. délègue tous pouvoirs au Conseil, avec faculté de délégation dans les limites légales, pour mettre en œuvre la présente autorisation :
 - arrêter les listes des bénéficiaires des attributions,
 - fixer les conditions et le cas échéant, les critères d'attribution,
 - fixer les dates de jouissance des actions,
 - le cas échéant, constater la réalisation des augmentations de capital, modifier les statuts en conséquence et plus généralement faire le nécessaire ;
8. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Treizième résolution : Augmentation de capital réservée à plusieurs catégories de personnes – 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. 225-138 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, 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 dix-huit mois, à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;
3. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires, aux actions et aux autres valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution, en faveur d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des assurances ou son équivalent à l'étranger, dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilantielle de la société ;
4. 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 trente (30) 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 12^e, 14^e ou 15^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et des 15^e, 16^e ou 17^e résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007,
 - 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 ;

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 à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 % ;
7. 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 :
 - arrêter la liste des bénéficiaires et le nombre de titres à attribuer à chacun d'eux,
 - 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.
8. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

Quatorzième 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 de la 13^e résolution ci-dessus, 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 l'article L. 225-135-1 du Code de commerce et son décret d'application dans la limite du plafond prévu à ladite résolution.

Quinzième 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 à l'article L. 443-5 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 des actions qui pourront être souscrites par les salariés en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieur à 3 % du capital social au moment de l'émission, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 12^e, 13^e ou 14^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et des 15^e, 16^e ou 17^e résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 ;
4. décide que le prix de souscription des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L. 443-5 alinéa 3 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 10 mai 2007.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D'ACTIONNACHETÉES

Mesdames, Messieurs les 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 conduisent 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 ajusté le cas échéant pour prendre en compte les opérations affectant le capital social postérieurement à la présente Assemblée, 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 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.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS EXISTANTES OU À ÉMETTRE AU PROFIT DES MEMBRES DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES MANDATAIRES SOCIAUX

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par l'article L. 225-197-1 du Code de commerce, nous avons établi le présent rapport sur le projet d'attribution gratuite d'actions existantes ou à émettre au profit de membres du personnel salarié et de mandataires sociaux de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-197-2 du Code de commerce.

Votre Conseil d'Administration vous propose de l'autoriser à attribuer gratuitement des actions existantes ou à émettre. Il lui appartient d'établir un rapport sur cette opération à laquelle il souhaite pouvoir procéder. Il nous appartient de vous faire part, le cas échéant, de nos observations sur les informations qui vous sont ainsi données sur l'opération envisagée.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux Comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier que les modalités envisagées et données dans le rapport du Conseil d'Administration s'inscrivent dans le cadre des dispositions prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données dans le rapport du Conseil d'Administration portant sur l'opération envisagée d'attribution gratuite d'actions.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Mesdames, Messieurs les 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. 225-138 et L. 228-92, nous vous présentons notre rapport sur la proposition de délégation au Conseil d'Administration de la compétence de décider l'émission avec suppression du droit préférentiel de souscription d'actions et de valeurs mobilières donnant accès au capital y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, opérations sur lesquelles vous êtes appelés à vous prononcer.

Cette émission, réservée à des établissements de crédit ou des sociétés régies par le Code des assurances ou son équivalent à l'étranger, dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilantielle de la société, pourra donner lieu à une augmentation de capital d'un montant maximum de trente 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 12^e ou 15^e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et des 15^e, 16^e ou 17^e résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007. Ce plafond tient compte du nombre supplémentaire de titres qui pourront être émis dans les conditions et limites prévues par l'article L. 225-135-1 du Code de commerce, si vous adoptez la 14^e résolution.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de dix-huit mois, la compétence pour décider une (ou plusieurs) émission(s) et vous propose de supprimer votre droit préférentiel de souscription. Le cas échéant, il lui appartiendra de fixer les conditions définitives d'émission de cette opération.

Il appartient à votre 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 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.

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.

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 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

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

Mesdames, Messieurs les 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. 443-5 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 au moment de l'émission, étant précisé que le montant de l'augmentation de capital correspondante s'imputera sur le plafond de 30 millions d'euros commun aux 12^e, 13^e ou 14^e résolutions soumises à votre approbation lors de la présente Assemblée et des 15^e, 16^e ou 17^e résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

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 10 mars 2008

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Thierry Benoit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

DÉCLARATION DU RESPONSABLE ET POLITIQUE D'INFORMATION

	<i>Page</i>
1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	232
2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	233
3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	233

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 que le rapport de gestion présenté en pages 22 et 180 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, conformément à la doctrine et aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes donnés dans le présent document de référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Paris, le 14 avril 2008

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 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 D07-0347.
- les comptes consolidés de l'exercice 2005 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 72 à 120 et 121 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- 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 D07-0347 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2005 et 2004, présentée aux pages 21 à 59 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- 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 D07-0347 ;
- les comptes annuels de la société pour l'exercice 2005 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 182 à 200 et 201 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- 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 D07-347 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2005, figurant en pages 202 à 204 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton S.A. 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.

Les communiqués de la société relatifs aux ventes et aux résultats, les rapports annuels et semestriels et les comptes sociaux et consolidés peuvent être consultés sur le site internet de la société à l'adresse suivante : www.lvmh.fr

Les documents de référence de LVMH déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers peuvent être consultés sur le site internet de l'AMF (www.amf-france.org).

TABLES DE CONCORDANCE

	<i>Page</i>
1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004	236
2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL	238

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004

Rubriques	Page	Rubriques	Page
1 - Personnes responsables	232	10.3 Conditions d'emprunt et structure financière	38-42 ; 109-111 ; 177 ; 212
2 - Contrôleurs légaux des comptes	151	10.4 Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	n.a.
3 - Informations financières sélectionnées		10.5 Sources de financement attendues	111
3.1 Informations historiques	2-3 ; 202	11 - Recherche et Développement, brevets et licences	16-17 ; 42
3.2 Informations intermédiaires	n.a.	12 - Information sur les tendances	65
4 - Facteurs de risque	35-38 ; 39-40	13 - Prévisions ou estimations du bénéfice	n.a.
5 - Informations concernant la société		14 - Organes d'administration, de direction et de surveillance et direction générale	
5.1 Histoire et évolution de la société	1 ; 8-20 ; 170	14.1 Organes d'administration et de direction	139-150
5.2 Investissements	40-42 ; 119-120 ; 129	14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	154
6 - Aperçu des activités	8-20	15 - Rémunérations et avantages	189 ; 131
7- Organigramme		16 - Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
7.1 Description sommaire	4-5	16.1 Date d'expiration des mandats actuels	140-160
7.2 Liste des filiales importantes	132-135		
8 - Propriétés immobilières, usines et équipements	63-65		
9 - Examen de la situation financière et du résultat	22-35 ; 38-42		
10 - Trésorerie et capitaux			
10.1 Capitaux de l'émetteur	172 ; 174		
10.2 Source et montant des flux de trésorerie	40-41		

n.a. : non applicable.

Rubriques	Page	Rubriques	Page
16.2 Contrats de service liant les membres des organes d'administration	189	20.3 Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	198-216 ; 233
16.3 Informations sur le Comité d'Audit et le Comité des Rémunérations	154-155 ; 157-158	20.4 Vérification des informations historiques annuelles	136 ; 217 ; 232-233
16.4 Gouvernement d'entreprise	154	20.5 Date des dernières informations financières	31 décembre 2007
17 - Salariés		20.6 Informations financières intermédiaires et autres	n.a.
17.1 Nombre de salariés	43-54	20.7 Politique de distribution des dividendes	177
17.2 Participations et stock options	183-187	20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	65
17.3 Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	183	20.9 Changement significatif de la situation commerciale ou financière	n.a.
18 - Principaux actionnaires		21 - Informations complémentaires	
18.1 Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	174-176	21.1 Capital social	172-175
18.2 Existence de droits de vote différents	174	21.2 Acte constitutif et statuts	159-168
18.3 Contrôle de l'émetteur	175-176	22 - Contrats importants	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	n.a.	23 - Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	n.a.
19 - Opérations avec des apparentés	131	24 - Documents accessibles au public	233
20 - Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur		25 - Informations sur les participations	99
20.1 Informations financières historiques	78-135 ; 233		
20.2 Informations financières pro forma	n.a.		

2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL ⁽¹⁾

Informations	Page
1 – Comptes annuels	198
2 – Comptes consolidés	78
3 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes sociaux	217
4 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés	136
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	22-65 ; 180-181
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	188
5.3 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	190
5.4 Rachats d'actions propres	194-196
5.5 Déclaration des personnes assumant la responsabilité du rapport de gestion	232
6 – Honoraires des Commissaires aux Comptes	151
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	68-75
8 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur le contrôle interne	76

(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 14 Avril 2008 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