

LVMH

---

MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

EXERCICE 2002  
DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

# SOMMAIRE

## Le Groupe LVMH

	PAGE
Historique	5
Organigramme simplifié	6
Les activités du Groupe	8
Rapport du Conseil d'Administration sur la gestion du Groupe :	31
– Commentaires sur l'activité de l'exercice	31
– Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance	39
– Eléments de politique financière	41
– Investissements opérationnels	45
– Données sociales	46
– Conséquences de l'activité sur l'environnement	49
– Principaux établissements et propriétés foncières	53
– Faits exceptionnels et litiges	55
– Événements postérieurs à la clôture	56
– Évolutions récentes et perspectives	56
Bourse	57
Chiffres clés	60
Comptes consolidés	61
Tableau de variation de la trésorerie consolidée	65
Annexe aux états financiers consolidés	67
Liste des sociétés consolidées	102
Rapport des Commissaires aux Comptes sur les états financiers consolidés	107

## La société

### LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton S.A.

	PAGE
Organes de direction et de contrôle	111
Gouvernement d'entreprise	120
Renseignements de caractère général concernant la société et son capital	136
Rapport du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale	143
Comptes sociaux	152
Tableau de variation de trésorerie	155
Résultats de la société au cours des cinq derniers exercices	156
Annexe	157
Filiales et participations	168
Inventaire du portefeuille	169
Rapports général et spécial des Commissaires aux Comptes	170
Résolutions soumises à l'approbation de l'Assemblée Générale	173
Autres rapports des Commissaires aux Comptes	178
Attestation de la société et des Commissaires aux Comptes sur le document de référence et responsable de la politique d'information	183
Table de concordance	185



## LE GROUPE LVMH



# HISTORIQUE

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

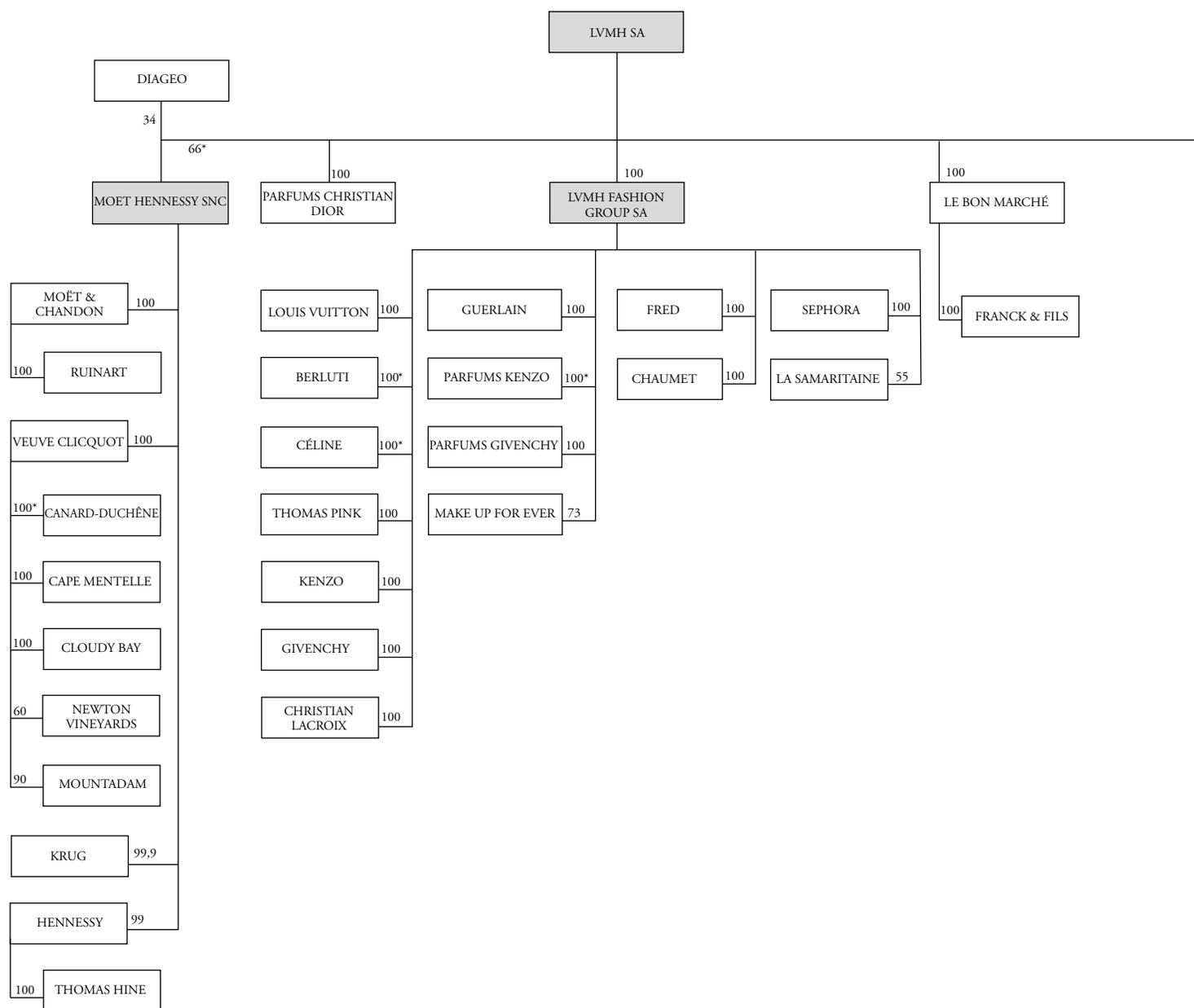
## Du XVIème siècle à nos jours :

---

<b>XVIème siècle</b>	1593	Château d'Yquem
<b>XVIIIème siècle</b>	1729	Ruinart
	1743	Moët & Chandon
	1763	Hine
	1765	Hennessy
	1772	Veuve Clicquot
	1780	Chaumet
<b>XIXème siècle</b>	1828	Guerlain
	1843	Krug
	1846	Loewe
	1852	Le Bon Marché
	1854	Louis Vuitton
	1858	Mercier
	1860	TAG Heuer
	1865	Zénith
	1868	Canard-Duchêne
	1870	La Samaritaine
	1895	Berluti
<b>XXème siècle</b>	1911	Ebel
	1916	Acqua di Parma
	1925	Fendi Omas
	1936	Fred
	1945	Céline
	1947	Parfums Christian Dior
	1948	Emilio Pucci
	1952	Givenchy
	1957	Parfums Givenchy
	1960	DFS
	1963	Miami Cruiseline
	1970	Kenzo
	1972	MountAdam
	1973	Sephora
	1976	Cape Mentelle
	1978	Newton
	1984	Thomas Pink Marc Jacobs Donna Karan
	1985	Cloudy Bay
	1987	Christian Lacroix Parfums Kenzo
	1989	Make Up For Ever
1991	Fresh StefanoBi	
1995	BeneFit Cosmetics	
1996	Bliss	
1997	Chandon Estates	
2001	De Beers LV	

---

# ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2003

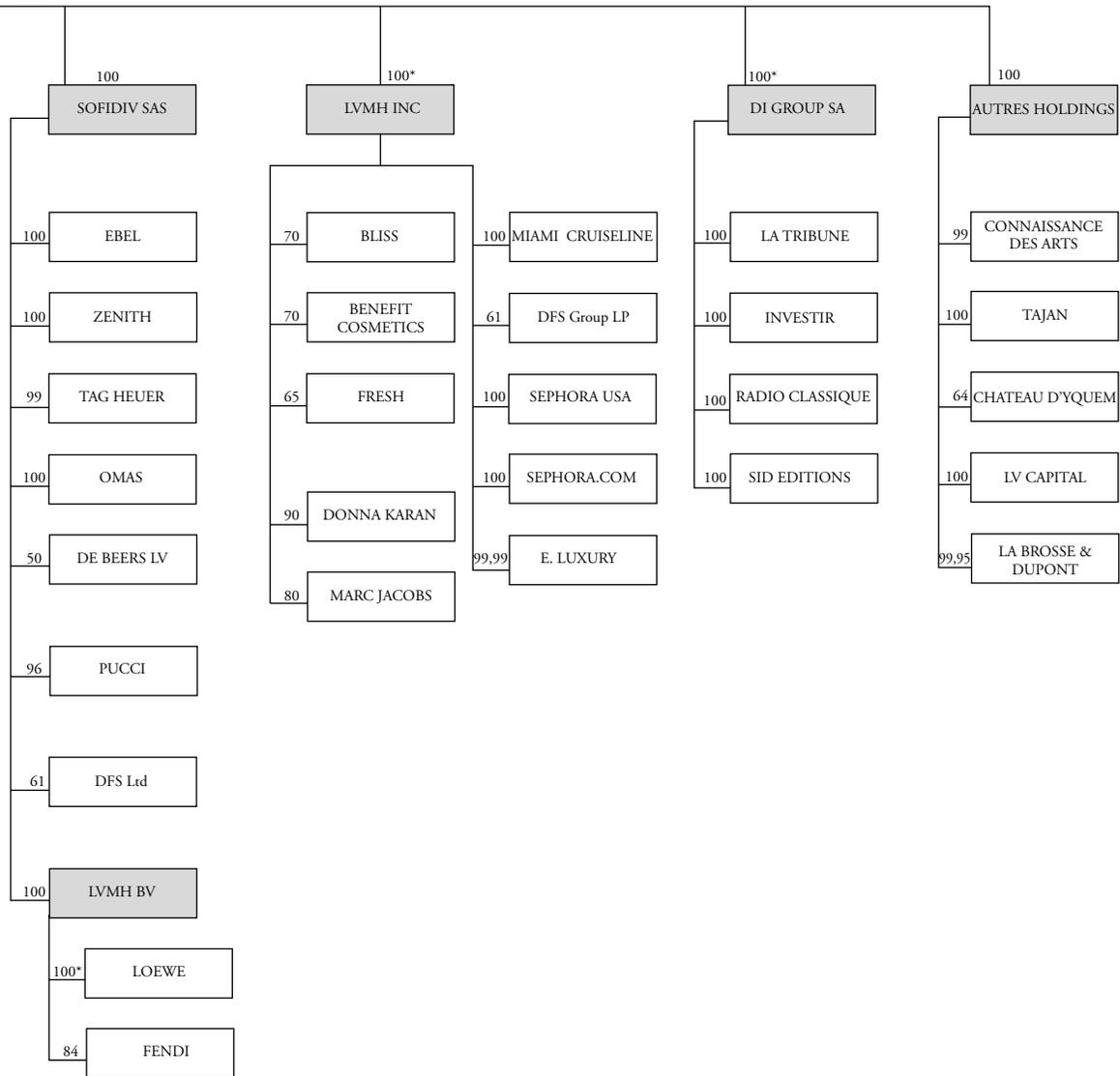


Sociétés opérationnelles

Sociétés holding

\*Détenion directe et/ou indirecte.

L'organigramme présenté est "simplifié" dans la mesure où l'objectif retenu est de présenter le contrôle des marques et enseignes par les principales holdings, non le détail exhaustif des filiations juridiques au sein du Groupe.



# LES ACTIVITÉS DU GROUPE

## I. VINS ET SPIRITUEUX

Les activités de LVMH dans le secteur des Vins et Spiritueux se répartissent entre deux branches 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 2002, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a réalisé un chiffre d'affaires de 2 266 millions d'euros, soit 18 % du chiffre d'affaires du groupe LVMH.

### Chiffre d'affaires par zone géographique de destination :

	2002	2001	2000
France	12	11	10
Europe (hors France)	26	24	24
Amériques	38	38	39
Japon	10	12	13
Asie (hors Japon)	12	11	11
Autres marchés	2	4	3
<b>Total en %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>2 266</b>	<b>2 232</b>	<b>2 336</b>

### 1.1 Champagne et Vins

En 2002, le chiffre d'affaires de la branche Champagne et Vins s'est élevé à 1 411 millions d'euros (dont 91 % pour le champagne), soit 11 % du chiffre d'affaires total de LVMH.

#### 1.11 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 développe et/ou distribue un ensemble de vins pétillants et tranquilles haut de gamme issus de régions viticoles renommées (Europe, Californie, Argentine, Brésil, Australie et Nouvelle-Zélande).

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), première marque vendue en France, **Canard-Duchêne** (fondée en 1868) et **Ruinart** (la plus ancienne des maisons de Champagne, fondée en 1729) ont une stratégie de développement prioritairement européenne. **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 Pommery, détenue par LVMH depuis janvier 1991, a été cédée en mai 2002.

La marque **Chandon** (créée en 1973 en Californie) regroupe les vins de Moët Hennessy élaborés en Californie, en Argentine, en Australie et en Espagne par Chandon Estates.

Le Groupe possède également un ensemble de vins prestigieux du Nouveau Monde : **Cape Mentelle** et **Cloudy Bay** développés respectivement en Australie et Nouvelle-Zélande, **Pacific Echo** en Californie, ainsi que **Newton** en Californie et **MountAdam** en Australie qui ont rejoint LVMH en fin d'année 2000.

**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.

### Ventes de champagne en volume

(en millions de bouteilles)	2002	2001	2000
	53,6	49,8	53,7

### Ventes de vins en volume

(en millions de bouteilles)	2002	2001	2000
	27,0	25,3	27,4

### 1.12 Parts de marché en champagne

LVMH est leader mondial du champagne, premier producteur et premier exportateur de la région, dont il représente 18,4 % du total des expéditions. Le deuxième producteur, Marne et Champagne, représente 34 % des volumes de LVMH.

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

	2002			2001			2000		
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
		Quantité	Part de marché (%)		Quantité	Part de marché (%)		Quantité	Part de marché (%)
Allemagne	11,4	3,5	30,9	12,8	4,0	31,5	14,2	4,1	29
Grande-Bretagne	31,7	6,6	20,8	25,1	5,2	21	20,4	5,2	25
Etats-Unis	18,2	11,2	61,2	13,7	8,5	62	19,3	11,6	60
Italie	8,0	4,3	53,8	7,0	4,1	58	8,2	4,9	60
France	174,9	13,0	7,4	164,4	13,2	8	149,5	12,0	8

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

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

	2002	2001	2000
Allemagne	7	8	8
Grande-Bretagne	12	10	10
Etats-Unis	21	17	21
Italie	8	8	9
Suisse	3	4	4
Japon	4	4	3
Autres	20	23	23
Total Export	75	74	78
France	25	26	22
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 1.13 Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone délimitée classée en A.O.C., qui s'étend sur les 35 155 hectares légalement utilisables pour sa production. En 2002, 30.864 hectares étaient en 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 de vins produits hors de la région mais selon les techniques de vinification du champagne est qualifié de « méthode champenoise ».

Outre son effervescence, la caractéristique du champagne est de résulter de l'assemblage de vins d'années différentes et/ou de

différents cépages et parcelles de récolte. C'est par la maîtrise de l'assemblage et la constance de sa qualité, dues au talent de leurs œnologues, que se distinguent les meilleures marques.

Les conditions climatiques influencent très sensiblement la récolte du raisin d'année en année. L'élaboration du champagne requiert en outre un vieillissement en cave d'environ deux années et davantage pour les cuvées « premium », qui sont les cuvées vendues au-delà de 110 % du prix moyen de vente. Pour se prémunir des irrégularités de vendanges et gérer les fluctuations de la demande, mais aussi pour maintenir une qualité constante au fil des années, les maisons de champagne de LVMH ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock des vins de réserve. Une vendange de faible volume pouvant affecter ses ventes pendant deux ou trois ans, voire plus, LVMH maintient en permanence des stocks de champagne importants dans ses caves. Au 31 décembre 2002, ces stocks représentaient environ 216 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 3,8 années de vente.

### 1.14 Sources d'approvisionnement en raisins

Le Groupe possède 1 494 hectares en production, qui fournissent environ 25 % des besoins annuels. Au delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vignerons et de coopératives, sur la base d'accords pluriannuels.

Avant 1996, un prix indicatif était publié par l'interprofession ; s'y ajoutaient des primes spécifiques négociées individuellement entre les vignerons et les négociants. A la suite d'un premier accord quadriennal signé en 1996, un nouvel accord interprofessionnel a été signé entre les Maisons

et les Vignerons de la Champagne au printemps 2000, portant sur les quatre vendanges 2000 à 2003 et confirmant la volonté de modération dans les fluctuations du prix de raisin, à la hausse ou à la baisse. Cet accord n'a pas empêché l'apparition de primes spécifiques, bien que le prix de base du raisin à la vendange 2002 soit resté assez stable à 4,10 Euros (contre 4 Euros pour les vendanges 2000 et 2001).

Depuis une dizaine d'années, les vignerons 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. Ce mécanisme régulateur équivalait à la fin de l'année 2002 à environ 50 % d'une vendange normale, représentant des vins issus de récoltes antérieures. Ces vins « bloqués » en réserve qualitative assurent une certaine sécurité pour les années futures.

## 1.2 Cognac et Spiritueux

En 2002, le chiffre d'affaires de la branche Cognac et Spiritueux s'est élevé à 855 millions d'euros, soit 7 % du chiffre d'affaires total de LVMH.

Les principaux marchés géographiques du cognac pour la profession et pour LVMH, sur la base des expéditions en millions de bouteilles, sont les suivants :

	2002			2001			2000		
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
		Quantité	Part de marché (%)		Quantité	Part de marché (%)		Quantité	Part de marché (%)
Etats-Unis	44,1	22,5	51,0	40,1	20,9	52,1	39,0	20,3	52,0
Asie (hors Japon)	16,4	7,2	44,1	15,2	6,9	45,1	17,5	7,4	42,2
Japon	4,6	2,7	58,8	5,3	3,3	61,8	5,8	3,1	53,7
Allemagne	4,4	1,2	27,0	4,5	1,0	22,2	4,5	1,3	27,9
France	6,4	0,4	6,3	5,3	0,4	6,6	5,5	0,5	9,1

(source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC).

## 1.21 Les marques de cognac de LVMH

LVMH dispose de fortes positions dans le secteur du cognac avec les marques Hennessy et Hine. **Hennessy**, fondée en 1765, dispose d'une gamme étendue et se situe au premier rang des maisons de cognac. **Hine**, fondée en 1763, est spécialisée dans les qualités de cognac les plus rares.

### Ventes de cognac en volume

(en millions de bouteilles)	2002	2001	2000
	42,4	40,1	38,0

## 1.22 Parts de marché du cognac

Selon les statistiques du Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC), le groupe LVMH est leader mondial du cognac, avec 37,7 % des expéditions hors vrac en 2002, en progression de 0,3 point sur 2001. Ses positions sont particulièrement fortes aux Etats-Unis et au Japon.

La ventilation géographique des ventes de cognac de LVMH (en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles) est la suivante :

	2002	2001	2000
Etats-Unis	53	53	51
Japon	6	7	9
Asie (hors Japon)	17	17	17
Europe (hors France)	19	18	18
Autres export	4	4	4
<b>Total Export</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>
France	1	1	1
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 1.23 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 près de 75 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie. En 2002, 73.800 hectares étaient en production, en diminution de 0,7 % par rapport à 2001.

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.

### 1.24 Sources d'approvisionnement en vins et eaux-de-vie

Hennessy exploite 178 hectares en propriété. Le vignoble du Groupe est resté stable en 2001 et 2002, après l'arrachage de 60 hectares de vignes en 1999, ceci dans le cadre du plan interprofessionnel mis en place en 1998 ; ce plan a 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 de la demande. En 2001 et 2002, le prix du vin et des eaux-de-vie nouvelles est resté stable par rapport à 2000.

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.

En 2002, Hennessy a poursuivi la stabilisation 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.

### 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 2002, 75 % des ventes de champagne et 90 % des ventes de cognac ont été réalisées par ce canal.

A partir de 1987, LVMH et Guinness ont en effet conclu des accords conduisant à établir 17 joint-ventures pour la distribution de leurs grandes marques, dont MH-UDV en France et Schieffelin & Somerset aux Etats-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.

Ce réseau de distribution couvre actuellement la région Asie-Pacifique, les Etats-Unis, le Mexique, la France et l'Irlande.

Suite à la fusion des groupes Guinness et GrandMet intervenue en décembre 1997, donnant ainsi naissance au groupe Diageo, il a été convenu d'inclure la distribution d'un certain nombre de marques de GrandMet, en particulier la vodka Smirnoff et le

whisky J&B, dans l'activité de plusieurs joint ventures, notamment aux Etats-Unis, au Japon et en France.

Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy. La participation que détenait LVMH dans Diageo (11 % au 31 décembre 1998, réduite à 6,9 % en avril 1999, puis à 2,9 % en juin 2000) a été cédée en 2001.

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

## 1.4 Faits marquants de l'exercice 2002

La performance globale du groupe Vins et Spiritueux de Moët Hennessy, dont tous les indicateurs principaux sont orientés à la hausse, confirme l'atteinte des objectifs qui avaient été fixés pour 2002 malgré la persistance d'une conjoncture difficile. La reprise attendue s'est concrétisée par une progression de 7 % des volumes vendus.

Le rebond de la consommation des champagnes s'est confirmé tout au long de l'année 2002, notamment aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et au Japon. A périmètre constant, c'est-à-dire hors effets de la cession de la marque Pommery, les ventes en volume ont enregistré une croissance de 14 %.

Grâce à la mise en place rapide de plans d'action efficaces, le volume des vins tranquilles et pétillants vendu en Argentine et au Brésil a progressé de 6 % malgré la crise économique traversée par ces pays.

Hennessy a poursuivi sa croissance et, fort d'une augmentation de 6 % de ses ventes en volume, a de nouveau consolidé sa part de marché du segment premium. La situation difficile que connaît le Japon a été compensée par la dynamique et le succès continu des cognacs Hennessy aux Etats-Unis et dans les autres pays d'Asie, tout particulièrement en Chine.

Moët Hennessy a activement poursuivi le renforcement de sa distribution, l'une de ses priorités en 2002. Pour générer des synergies plus importantes dans la commercialisation de ses produits aux Etats-Unis, Moët Hennessy a consolidé la distribution de ses marques avec celles de Diageo chez un distributeur unique dans certains Etats clés tels que l'Etat de New York, la Floride, le Texas et la Californie. La mise en place d'équipes commerciales exclusivement dédiées à ce portefeuille accélérera le développement des marques et permettra de mieux répondre aux besoins des détaillants et à la demande des consommateurs américains. En Allemagne, en Suisse, en Asie et en Amérique Latine, les réseaux de distribution de Veuve Clicquot ont rejoint ceux de Moët & Chandon et de Hennessy.

Afin d'enrichir son portefeuille de marques de spiritueux premium, Moët Hennessy a acquis 40 % de Millennium, producteur des vodkas de haut de gamme Belvedere et Chopin. Millennium détient les droits de distribution de ces marques aux Etats-Unis, marché où celles-ci connaissent une très forte croissance, et la pleine propriété de celles-ci dans le reste du monde.

### 1.41 Champagne et Vins

Après deux années difficiles, les marchés du champagne ont retrouvé en 2002 le chemin de la croissance. Les Maisons de Champagne de LVMH, leaders de la catégorie, ont été les premières à bénéficier de cette reprise grâce à la renommée de leurs marques et à la puissance de leurs réseaux de distribution. A périmètre constant, les volumes vendus ont augmenté de 14 %.

La récolte 2002 de la Champagne a été très légèrement supérieure à celle de l'année précédente grâce à un niveau d'appellation équivalent à 12 000 kilogrammes par hectare. Alors que de nombreuses régions viticoles françaises et européennes ont eu à souffrir de conditions climatiques très perturbées, la Champagne a bénéficié d'un ensoleillement très favorable à la maturation, facteur qui s'ajoute aux efforts entrepris vers une viticulture maîtrisée. Ainsi les Champenois nourrissent l'espoir d'un beau millésime. Par prudence, une partie de cette récolte a été mise en réserve qualitative pour se préserver de risques ultérieurs. Grâce à leurs vignobles étendus, complétés par l'apport de contrats avec de nombreux viticulteurs et coopératives, les vendanges 2002 ont permis aux Maisons de Champagne de LVMH de s'assurer un approvisionnement en ligne avec les ventes de la campagne.

Moët Hennessy a poursuivi sa politique de fermeté des prix, gage de qualité présente et future des produits, du développement des marques et de la valorisation des vins de Champagne.

Aux Etats-Unis, 2002 a été marquée par une remarquable performance de toutes les marques grâce à une consommation forte et au maintien des stocks à un niveau normal. Sur ce marché, le rebond s'est traduit par une croissance des ventes de 33 %. Au Royaume-Uni, les marques ont également bénéficié de la reprise du marché et finissent l'exercice en forte croissance. Les autres grands pays importateurs de champagne ont connu des fortunes diverses. Au Japon, les marques poursuivent leur progression, alors qu'en Allemagne, le marché continue de souffrir du ralentissement économique.

#### *Moët & Chandon*

Continuant d'affirmer sa position de leader du champagne, Moët & Chandon a pleinement profité du rebond de la demande dans la plupart des grands pays consommateurs et

d'une bonne dynamique des marchés émergents. La marque a enregistré une croissance à deux chiffres de ses volumes de vente. La situation des stocks est saine sur l'ensemble des marchés, ce qui laisse augurer des perspectives favorables en 2003.

De nouveaux habillages pour la gamme Impériale et les Millésimes ont été adoptés en 2002.

Deux actions de grande envergure ont fortement accru le rayonnement mondial de la marque fin 2002 : le lancement d'une campagne de publicité presse et affichage en Europe et aux Etats-Unis, ainsi que la participation à la Louis Vuitton Cup et à l'America's Cup.

### ***Dom Pérignon***

Le rayonnement de Dom Pérignon, sa réputation d'excellence et son ambition de perfection ont suscité une forte demande, en particulier aux Etats-Unis.

Le millésime 1995 a été accueilli avec enthousiasme. Le programme Œnothèque, qui propose un accès privilégié à la marque via notamment une sélection de millésimes rares dans la plénitude de leur développement, a également rencontré un très bon accueil.

### ***Mercier***

Mercier a consolidé ses performances et son statut de référence, dégageant une rentabilité supérieure à celle de son univers concurrentiel très compétitif. La marque a poursuivi son implantation dans le circuit de la restauration traditionnelle au travers du programme *Les Lieux de Toujours*, développé avec une sélection d'établissements partenaires.

### ***Ruinart***

La plus ancienne Maison de Champagne a poursuivi sa croissance en établissant un record historique de vente sur le marché français et en renforçant sa position sur ses principaux pays d'exportation.

La nouvelle cuvée mise sur le marché en 2001, Ruinart *Blanc de Blancs*, a connu en 2002 un succès tel que la demande n'a pu être satisfaite.

### ***Veuve Clicquot***

En 2002, Veuve Clicquot a réalisé une croissance exceptionnelle de ses volumes et de son chiffre d'affaires, dépassant même les niveaux historiques de 1999, année précédant les célébrations du millénaire. Cette performance trouve sa source dans la qualité des produits, dans l'innovation marketing, et dans l'attention particulière consacrée aux clients et aux actions de promotion. Ces atouts reconnus par les consommateurs attentifs, conjugués à des niveaux de prix soutenus, contribuent ensemble au positionnement de Veuve Clicquot comme «marque de luxe accessible». La Maison a

augmenté ses investissements en communication et promotion par rapport aux années précédentes : publicité en presse écrite ; nouvelles initiatives produites et événements exceptionnels, tels le lancement de la *Paint-Box*, concept exclusif inspiré par la couleur de la Maison ; célébration des 30 ans du prestigieux Prix de la Femme d'Affaires de l'année ; succès continu de la *Clicquot Ice Box* en France et au Japon en particulier.

Des Etats-Unis au Japon, en passant par la France, le Royaume-Uni et l'Italie, les pays clés ont connu un fort développement tiré par la demande soutenue des consommateurs.

Le lancement du Rosé millésimé 1996 en septembre est venu renforcer le succès des millésimes de la Maison.

### ***Canard-Duchêne***

Canard-Duchêne a connu une bonne progression en 2002, notamment en France, où la marque est solidement implantée et jouit d'une forte notoriété, tout comme en Angleterre et dans les Antilles françaises.

Une politique promotionnelle active a été mise en place sur les marchés clés afin de faire face à une concurrence accrue en 2002. La grande distribution, circuit de prédilection de Canard-Duchêne, mais également la restauration, où la marque mène une politique de distribution ciblée, ont été visées par ces programmes d'animation.

### ***Krug***

Malgré le contexte international déprimé, Krug a enregistré en 2002 une très forte croissance de ses ventes, en particulier sur les marchés où son potentiel est élevé, tels les Etats-Unis, le Japon et l'Asie.

Deux événements ont marqué l'année 2002 et assuré à Krug une présence médiatique à la fois ciblée et forte. La nouvelle campagne publicitaire «Krug par... » a fait ses premières apparitions en Angleterre, aux Etats-Unis, au Japon et dans des médias choisis pour leur couverture internationale. Par ailleurs, la célébration des quarante ans de création œnologique d'Henri Krug, cinquième génération de la famille, a été fêtée, à Londres, New York, Paris, Florence, Rome et Tokyo, par de grands créateurs issus de métiers différents rassemblés autour d'Henri Krug.

### ***Chandon Estates***

L'activité de Chandon Estates a été affectée par la crise économique et la dévaluation de la monnaie en Argentine, son premier marché. Une gestion éclairée du portefeuille des produits, ainsi qu'un programme de restructurations efficacement mis en œuvre, ont toutefois permis de réduire l'impact de ces événements sur les résultats, débouchant même sur une augmentation des volumes vendus par rapport à l'année précédente.

La performance de la gamme de vins tranquilles *Terrazas* sur le marché international a été soutenue, tout comme celle de Chandon Californie et de Chandon Australie, ces deux domaines réalisant leur meilleure année depuis le début du millénaire.

La définition d'une nouvelle stratégie pour les vins pétillants, ainsi qu'une amélioration notable des indicateurs de performance de toutes les marques complètent les résultats de Chandon Estates pour 2002.

### **Les grands crus du Nouveau Monde**

Bénéficiant de la mise sur le marché du vin issu d'une vendange aussi belle en qualité qu'en quantité, le Sauvignon blanc de Cloudy Bay, célèbre vignoble de Nouvelle-Zélande, a connu une année de ventes exceptionnelles, fruit d'une présence mondiale accrue et d'un prestige intact.

Cape Mentelle a confirmé son statut de grande marque de la Margaret River en Australie et connu un succès croissant aux Etats-Unis.

Newton, vignoble de Californie, et MountAdam, domaine australien, poursuivent le plan d'intégration défini depuis leur entrée dans le Groupe, début 2001.

### **Château d'Yquem**

En 2002, Château d'Yquem a lancé dans les circuits commerciaux un beau millésime 1996, tout de suite séducteur, et un millésime au grand avenir, le 1997.

En 2002, après des conditions météorologiques qui pouvaient faire craindre le pire, les raisins ont été littéralement réhabilités par un vent d'est bien sec. La compétence de l'équipe d'encadrement et l'assiduité des vendangeurs pour trier les bons raisins au moment propice ont fait le reste : 2002 sera un bon millésime à Yquem.

## **1.42 Cognac et Spiritueux**

La distillation d'eau-de-vie de la récolte 2002 a connu une légère augmentation par rapport à celle de la récolte 2001 et se révèle très proche des sorties actuelles de la région (400.000 hectolitres d'alcool pur environ).

Le stock régional de cognac est en diminution mais, structurellement, ne correspond toujours pas aux besoins. Les stocks de vieux cognacs demeurent trop importants. Les stocks d'Hennessy sont quant à eux bien adaptés au « mix- qualité » de ses expéditions.

Le vignoble de la région délimitée Cognac, avec environ 75.000 hectares plantés, demeure trop important pour à la fois fournir les sorties de cognac et apporter un revenu par hectare suffisant pour les viticulteurs. La restructuration du vignoble charentais s'effectue très lentement et l'Etat, la Région et l'Interprofession du cognac devront prendre des mesures structurelles incitatives pour ramener la superficie du vignoble de la région de Cognac à un niveau d'équilibre.

### **Hennessy**

En 2002, dans un marché des spiritueux globalement stable, le segment premium a continué de bénéficier d'une dynamique de croissance. Grâce à l'extrême qualité de ses produits, aux valeurs fondamentales qui distinguent sa marque et fondent son succès, Hennessy a conforté sa part de marché de ce segment.

Avec une croissance de 6 % de ses ventes en volume, Hennessy consolide sa position de leader mondial. Dans un environnement économique difficile, le renforcement des investissements en communication a, entre autres facteurs, contribué à cette performance.

Les principaux succès commerciaux ont été remportés aux Etats-Unis, en Asie et en Europe.

Une innovation, Hennessy *Fine de Cognac*, a été lancée dans la plupart des pays européens et a bénéficié d'un support publicitaire important en fin d'année en France et en Allemagne. Élégant et harmonieux, ce cognac a été élaboré par le Maître de Chai à partir d'eaux-de-vie des quatre meilleurs crus de Cognac pour répondre aux attentes des consommateurs européens. Sa mise en place rapide dans les circuits de distribution et ses premiers succès auprès des consommateurs laissent augurer d'excellents résultats, au-delà des espoirs initiaux formulés. Cette initiative majeure devrait permettre de constituer un fort relais de croissance dans un futur proche.

Aux Etats-Unis, dans un environnement économique difficile, les ventes ont poursuivi leur progression, confirmant la forte implantation de la marque et son attractivité auprès des consommateurs américains. Tout en conservant son leadership sur le segment V.S, Hennessy a accentué sa présence sur le segment V.S.O.P et lancé de nouvelles initiatives auprès des consommateurs d'origine hispanique. Cette dynamique a été soutenue par le lancement de deux nouvelles campagnes publicitaires en fin d'année.

La forte croissance des ventes en Asie a conforté les choix stratégiques d'Hennessy.

La gamme Prestige – *Private Reserve, Paradis Extra, Richard Hennessy* – a poursuivi son développement rapide sur l'ensemble des marchés, confirmant le succès de la relance initiée en 2001 et renforçant la position d'Hennessy sur ce segment profitable.

La forte croissance des ventes en Chine est à souligner tout particulièrement car elle conforte la position de la marque sur un marché clé pour son développement dans la région. A la suite de l'accession de la Chine à l'OMC, les ventes, notamment celles des qualités supérieures, ont été particulièrement dynamiques. En outre, la baisse des droits de douane en 2002 a eu un effet bénéfique sur les résultats d'Hennessy.

A Taiwan, les ventes ont progressé malgré un marché en fort recul. Dans les autres marchés, tels Hong Kong, la Malaisie, Singapour, Hennessy a maintenu ses positions.

Au Japon, dans un marché globalement en baisse, Hennessy continue de dominer le segment premium. Ses ventes de qualités vieilles se sont fortement développées, démontrant la force de la marque qui reste une référence incontestée dans l'univers des boissons de luxe.

Hennessy poursuit sa croissance rapide en Corée et en Indochine, où la marque rencontre un fort succès auprès d'une clientèle plus jeune, ce qui devrait lui assurer de réels relais de croissance.

En Irlande, bastion historique de la marque et pays d'origine du fondateur Richard Hennessy, les ventes continuent de progresser régulièrement.

Sur l'ensemble des autres marchés européens, la marque se développe grâce notamment au succès de *Hennessy Fine de Cognac* et aux ventes de qualités supérieures (X.O et gamme Prestige).

En Russie et en CEI, Hennessy a enregistré en 2002 une forte croissance de ses ventes sur l'ensemble de sa gamme.

### Hine

Au cours de l'année 2002, Hine a mis en place un plan stratégique et industriel visant à rationaliser sa gamme, renforcer l'image de la marque, réduire les coûts de structure et le capital employé.

Le positionnement défini, mis en valeur notamment par une nouvelle identité visuelle, a doté la marque d'une fraîcheur renouvelée qui la différencie de ses concurrentes sur tous les plans. Le lancement, qui a eu lieu en septembre et a été accueilli avec enthousiasme par la distribution, est d'ores et déjà considéré comme un succès par les experts et la presse spécialisée.

## II. MODE ET MAROQUINERIE

Avec Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, le groupe Mode et Maroquinerie rassemble les maisons de couture Givenchy et Christian Lacroix, les marques Céline, Loewe, Berluti, Stefanobi, Kenzo, Marc Jacobs, Fendi, Pucci, Thomas Pink et Donna Karan. Cet ensemble exceptionnel emploie plus de 15 000 personnes, dispose de 20 ateliers et de 793 magasins dans le monde. Tout en respectant l'identité et la stratégie des marques qui le composent, le groupe d'activités met à leur disposition une infrastructure puissante et des ressources communes. LVMH a en effet mis en œuvre un

ensemble de synergies qui revêtent différents aspects : utilisation commune d'organisations territoriales, mise en place de « back offices » et services partagés, rationalisation des outils de production et des centres de logistique, économie sur les achats par effet de taille. Cette organisation permet à chaque maison de consacrer davantage de ressources à ce qui constitue son cœur de métier : la création et les stratégies de marketing propres à asseoir et affirmer leur image.

En 2002, le groupe d'activités Mode et Maroquinerie a réalisé un chiffre d'affaires de 4 194 millions d'euros, soit 33 % du chiffre d'affaires de LVMH.

### Chiffre d'affaires par zone géographique de destination:

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
France	10	11	11
Europe (hors France)	16	14	14
Amériques	24	19	17
Japon	33	36	37
Asie (hors Japon)	15	18	19
Autres marchés	2	2	2
<b>Total en %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>4 194</b>	<b>3 612</b>	<b>3 202</b>

### 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 près de 150 ans, sa gamme des 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 a en outre lancé en 2002 sa première collection de montres, un nouveau territoire où elle a entrepris de s'implanter durablement.

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 sept couleurs ;
- la ligne Damier ;
- la ligne Taïga, pour homme, proposée en trois 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, le prêt-à-porter et les parfums.

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

**Berluti** (artisan bottier depuis 1895) créé et commercialise des souliers pour homme de très haute qualité, sur mesure et en prêt-à-chausser.

**Stefano Bi**, 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 LVMH 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 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 Parfums et Cosmétiques de LVMH.

**Christian Lacroix**, créée en 1987, est l'une des plus jeunes maisons de couture françaises. Ses collections de haute couture sont complétées par deux lignes de prêt-à-porter féminin et une gamme d'accessoires de mode. La maison appuie également son développement sur la conclusion d'accords de licence avec les meilleurs professionnels, notamment dans le domaine du parfum, des chaussures et des arts de la table.

**Thomas Pink** (né en 1984) est en Angleterre un spécialiste réputé de la chemise haut de gamme. Depuis son entrée dans le

groupe LVMH 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 mode italienne. En juillet 2000, Fendi s'est adossée au groupe LVMH qui en a pris le contrôle en partenariat avec la société italienne Prada. En décembre 2001, LVMH a racheté la part que détenait Prada, portant ainsi sa participation dans Fendi à 51 %. Cette participation a été portée à 84 % en février 2003. Particulièrement connue pour son savoir-faire et sa créativité dans le travail de la fourrure, la marque est présente dans le prêt-à-porter, la maroquinerie et les accessoires.

**Emilio Pucci**, marque italienne fondée en 1948, 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 et est détenue à 89 % par LVMH depuis décembre 2001. Ses lignes de prêt-à-porter, Donna Karan New York, la plus luxueuse, et DKNY, déclinaison plus active, correspondent à un style de vie très actuel et international.

## 2.2 Parts de marché de LVMH

Dans les activités de Mode et Maroquinerie, LVMH est incontestablement leader mondial, en raison à la fois du nombre de marques gérées, du chiffre d'affaires réalisé, des activités qui couvrent à la fois la haute couture, le prêt-à-porter, les souliers, la maroquinerie et les accessoires, et enfin du réseau de boutiques exploité en propre.

Au Japon, la seule marque Louis Vuitton se positionne numéro un du marché de la maroquinerie avec 21 % de part de marché, devant Gucci 5 %, et Burberrys, Hermès et Prada détenant chacun 3 %. (source : Yako Institute and Merrill Lynch estimates).

## 2.3 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 : Christian Lacroix, qui a fêté en 2002 les 15 ans de sa maison, s'est vu confier la même année la direction artistique des collections de prêt-à-porter et d'accessoires d'Emilio Pucci. 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. Michael Kors, créateur américain réputé, fondateur de sa propre griffe en 1981, a rejoint Céline en 1997. Le jeune créateur Julien MacDonald est aujourd'hui le directeur artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy. José Enrique Ona Selfa a présenté sa première collection de prêt-à-porter féminin pour Loewe en mars 2002. Gilles Rosier, pour la femme, et Christophe Blondin, pour l'homme, dirigent la création des collections Kenzo. Donna Karan continue de créer les lignes de la maison qui porte son nom. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti.

## 2.4 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. 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 793 magasins au 31 décembre 2002, dont 299 pour Louis Vuitton.

### Nombre de magasins Mode et Maroquinerie

	2002	2001	2000
	793	765	566

## 2.5 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 treize ateliers de fabrication de Louis Vuitton, dix en France, deux en Espagne et un aux Etats-Unis, assurent l'essentiel de la production de la marque ; Louis Vuitton ne recourt à des tiers que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de production.

L'optimisation des capacités industrielles de Louis Vuitton s'est poursuivie en 2002, ce qui a permis de réaliser une augmentation de la production de 6%. Trois nouveaux ateliers ont été mis en service au cours de l'année, à Ducey

dans la Manche (ouverture d'un atelier après l'ouverture de l'atelier-relais en 2001), à Barbera del Valles en Catalogne (ouverture d'un deuxième atelier), et à Condé en Vendée (mise en service parallèle à la fermeture de l'atelier d'Issoudun I).

Fendi et Loewe disposent également d'ateliers de maroquinerie, mais 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 ou Italie à l'exception de Donna Karan dont la majorité des sous-traitants se trouvent en Asie.

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance représente en 2002 un montant de 354 millions d'euros soit 28 % 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 être obtenues auprès d'autres sources. Après une diversification lancée en 1998 vers la Norvège et l'Espagne, le portefeuille des fournisseurs s'est élargi à l'Italie en 2000.

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 une fabrication ne dépendant pas, de façon générale, de brevets ou de savoir-faire exclusifs appartenant à des tiers.

## 2.6 Faits marquants de l'exercice 2002

Alors que la conjoncture a sensiblement affecté le secteur de la mode et de la maroquinerie dans son ensemble, **Louis Vuitton**, marque phare du groupe et leader mondial des marques de luxe, réussit de nouveau à accroître son résultat et sa marge opérationnelle.

Malgré la baisse du tourisme, particulièrement au premier semestre, et le climat déprimé de certains marchés, les autres marques, plus sensibles à la conjoncture, ont globalement fait preuve de résistance et de réactivité. Les restructurations ont été achevées chez Donna Karan et Fendi. Afin d'affermir leur montée en puissance, les marques de mode du LVMH Fashion Group ont engagé un nouveau positionnement qui leur permettra de mieux résister aux aléas conjoncturels, de cibler précisément leurs investissements en termes de profitabilité et de bénéficier pleinement de la reprise économique lorsqu'elle se manifestera.

### **Louis Vuitton**

Bénéficiant d'une très forte demande de ses clientèles locales occidentales et japonaise, la marque a progressé de manière équilibrée dans l'ensemble des zones géographiques et a de nouveau gagné des parts de marché. Sa performance est particulièrement remarquable au Japon où ses ventes augmentent de 15 % en yen et en Amérique du Nord où leur hausse s'établit à 12 % en dollar. Au quatrième trimestre, Louis Vuitton a réalisé une croissance mondiale de 23 % à devises constantes.

Illustrant l'engouement suscité auprès de la clientèle, les produits nouveaux de Louis Vuitton ont contribué à hauteur de 11 % au chiffre d'affaires de l'année sans compromettre la croissance des produits traditionnels dont le succès ne se dément pas.

Innovation majeure, la ligne de montres *Tambour*, commercialisée à partir de mi-septembre, inaugure un nouveau territoire prometteur : disponible dans 60 magasins en 2002, vendue à plus de 6 500 unités, elle a fait l'objet de plus de 5 000 réservations dès son lancement. La collection *Monogram Mat*, lancée en juillet, a rencontré un succès immédiat. Louis Vuitton a également créé une ligne complète *LV Cup* pour célébrer les régates éliminatoires de l'America's Cup et une collection de sacs *Monogram Vernis Fluo* développée avec le créateur Bob Wilson.

Fin 2002, le réseau de distribution de Louis Vuitton comprend 299 magasins. Au cours de l'année, la marque a renforcé son implantation dans toutes les régions du monde. Sept ouvertures nettes ont été réalisées au second semestre, notamment un « global store » à Kobe (Japon) et un magasin exceptionnel à Omotesando (Tokyo), le plus grand jamais ouvert par Louis Vuitton dans l'Archipel. La marque a inauguré sa présence en Israël (Tel Aviv), en Russie (Moscou) et aux Pays Bas (Amsterdam) et étendu son expansion en Chine. Parallèlement, la rénovation (expansion, relocalisation de magasins) du réseau a été poursuivie comme chaque année. En 2002, quarante magasins en ont bénéficié, notamment en France, en Italie et au Japon.

Pour accompagner la croissance de ses ventes, Louis Vuitton a de nouveau accru ses capacités de production, avec la mise en route d'un second atelier à Barbera del Valles en Espagne, et poursuit la construction d'une deuxième unité à Ducey dans la Manche. Ces développements industriels sont complétés par le déploiement d'un programme d'amélioration de la logistique permettant d'optimiser la livraison des produits dans le monde entier.

En 2003, une collection de sacs et maroquinerie *Monogram*, créée par Marc Jacobs en collaboration avec l'artiste japonais Takashi Murakami et soutenue par une forte campagne publicitaire, a fait son entrée dans les magasins au mois de

mars et a bénéficié d'un engouement immédiat. Parmi d'autres nouveautés, Louis Vuitton lancera également une nouvelle ligne de sacs en chèvre, un cuir d'une grande souplesse, très recherché par les connaisseurs. La distribution de la montre *Tambour* sera étendue à 60 magasins supplémentaires.

Louis Vuitton a ouvert en début d'année son premier magasin en Inde, situé à New Delhi, et prévoit des ouvertures importantes dans toutes les régions du monde, notamment à Paris, aux Etats-Unis, en Chine et en Corée.

### **Loewe**

En 2002, Loewe a démontré une certaine capacité de résistance face à la faiblesse des marchés touristiques et a poursuivi sa progression au Japon, l'un de ses marchés prioritaires.

Les premières collections de son nouveau créateur, Jose Enrique Ona Selfa, ont été bien accueillies.

Capitalisant sur ses racines espagnoles et son savoir-faire exceptionnel dans le travail des cuirs les plus nobles, la marque concentre sa stratégie de développement sur la maroquinerie et le prêt-à-porter en cuir.

### **Céline**

L'image de Céline continue à bénéficier du travail de création réalisé par Michael Kors. La marque renforce sa stratégie dans le domaine de la maroquinerie, un segment très porteur où sa réussite s'affirme d'année en année. A la suite du succès remporté en 2002 par ses nouveaux produits, en particulier les lignes événementielles et le sac *Boogie*, Céline lance le sac *Poulbot* et développe un projet de collection complète d'inspiration très parisienne baptisée *Macadam*.

### **Berluti**

Berluti est l'une des toutes premières maisons, dans le domaine des souliers de luxe, qu'ils soient réalisés sur mesure ou en prêt à chausser. Berluti connaît une croissance régulière qui s'est révélée particulièrement soutenue en 2002.

La maison, qui a lancé une nouvelle ligne, *Dandy Sauvage*, en cours d'année, a ouvert une seconde boutique à Londres et un magasin à Kobe au Japon.

### **Kenzo**

L'activité de Kenzo a été affectée en 2002 par les difficultés des marchés japonais, américain et européen.

La création des collections Kenzo Homme est désormais placée sous la direction de Christophe Blondin.

Un nouveau concept de magasin a été inauguré à Paris, boulevard de la Madeleine. Cette initiative sera suivie en 2003 par l'ouverture, au Pont Neuf à Paris, quartier en pleine expansion commerciale, d'un magasin emblématique qui regroupera tout l'univers de Kenzo sur quatre étages.

### ***Givenchy***

Les premières collections de Julien MacDonald, qui poursuit le renouvellement de la haute couture et du prêt-à-porter Givenchy, ont été bien accueillies.

Dans un environnement difficile, la Maison a développé son activité auprès des clientèles européennes, tandis que le ralentissement du tourisme a pesé sur ses ventes liées au « travel retail ».

### ***Christian Lacroix***

Les collections de haute couture de Christian Lacroix ont bénéficié en 2002 d'excellentes retombées presse. L'activité de la Maison a évolué en ligne avec ses objectifs. Elle a notamment poursuivi avec succès son implantation au Japon, où elle dispose désormais de plus de vingt magasins.

### ***Marc Jacobs***

La société éponyme de Marc Jacobs, créateur des collections Louis Vuitton, a connu en 2002 une forte croissance sur le marché américain, notamment grâce au succès considérable de la ligne Marc par Marc Jacobs, lancée en septembre 2000. Marc Jacobs a été élu designer de l'année à New York. La marque a également confirmé sa dynamique au Japon et a ouvert un « global store » en franchise à Tokyo. Le développement d'un réseau de distribution en Asie vient d'être engagé, notamment à Hong Kong.

### ***Fendi***

Ayant mené à bien la restructuration de ses activités en Italie et le rachat de sa distribution en Asie du Sud-Est, Fendi a aujourd'hui établi, grâce à cette phase intense d'investissements, les bases solides de son futur développement.

La Maison a engagé une stratégie forte, capitalisant sur son aura de marque romaine, sa créativité reconnue, son style unique, ses produits de maroquinerie emblématiques et son savoir-faire sans équivalent dans le domaine de la fourrure.

Cette stratégie s'accompagne du renforcement de la qualité de son réseau de distribution (84 magasins fin 2002) avec un programme de rénovation très important pour les deux années à venir. Fendi prévoit en outre l'ouverture d'un magasin « free standing » à Tokyo Omotesando en 2003.

### ***Thomas Pink***

Cette emblématique maison britannique conjugue innovation et qualité dans le respect des valeurs de classicisme qui font sa réputation. Spécialisée dans la chemise et les accessoires principalement masculins, elle a récemment entrepris d'étendre son activité en créant des collections féminines pour lesquelles un nouveau style de chemise la « Slim Fit » a été créé.

### ***Pucci***

La nomination de Christian Lacroix en qualité de Directeur artistique de Pucci et la présentation de sa première collection ont généré une excellente couverture de presse, ainsi qu'un succès commercial très encourageant pour la stratégie de relance de la célèbre maison florentine, icône des années 50 à 70.

L'une des priorités de Pucci est le développement de son réseau de distribution. Un magasin phare a été inauguré en 2002 à Paris, avenue Montaigne et la société prévoit une ouverture à Saint Tropez au printemps 2003.

### ***Donna Karan***

Depuis son arrivée au sein du groupe LVMH, Donna Karan s'est consacrée à une restructuration profonde de ses activités, notamment dans le domaine de la distribution. Sa stratégie est désormais recentrée sur son cœur d'activité, les collections Donna Karan et la ligne DKNY, déclinaison plus active. Ce travail de fonds a établi les bases d'une croissance profitable s'appuyant sur le développement du territoire d'expression de Donna Karan : un style de vie moderne et international, symbolisé par la ville de New York où la marque puise son inspiration. La présentation de sa collection en février 2003 a été unanimement appréciée.

Donna Karan poursuit l'amélioration de son réseau de distribution américain tout en se préparant à aborder le marché japonais.

### III. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

LVMH est historiquement présent dans le secteur des parfums et cosmétiques avec les grandes maisons françaises Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. Pour compléter cet ensemble de marques mondialement établies, symbole du luxe intemporel, le groupe Parfums et Cosmétiques a acquis, à partir de 1999, plusieurs entreprises de cosmétiques innovantes : trois jeunes sociétés américaines ciblant une catégorie de clientèle plus jeune, Bliss, Benefit et Fresh, et une marque française spécialisée dans les produits de maquillage professionnel Make Up For Ever. En octobre 2001, LVMH a pris une participation de 50 % dans la société italienne Acqua di Parma.

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.

A l'exception des produits et services du groupe L'afachère, les marques de parfums et cosmétiques de LVMH sont commercialisées dans les circuits de distribution sélective (par opposition à la grande distribution et la parapharmacie).

LVMH occupe le troisième rang mondial de la parfumerie sélective, après Shiseido et Estée Lauder, le premier rang européen, et le premier rang français avec 20 % de part de marché.

#### Répartition des ventes par catégorie de produits :

	2002	2001	2000
Parfums	62%	61%	61%
Maquillage	21%	22%	21%
Produits de soins	17%	17%	18%

En 2002, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a réalisé un chiffre d'affaires de 2 336 millions d'euros, soit 18 % du chiffre d'affaires de LVMH.

#### Chiffre d'affaires par zone géographique de destination :

	2002	2001	2000
France	20	20	20
Europe (hors France)	35	31	30
Amériques	25	28	27
Japon	7	7	9
Asie (hors Japon)	8	8	8
Autres marchés	5	6	6
<b>Total en %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>2 336</b>	<b>2 231</b>	<b>2 072</b>

#### 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 et leurs produits dérivés 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 Dior consacre à la recherche 4 % de son chiffre d'affaires en cosmétique et se situe à l'avant-garde en matière d'innovation. La marque est première en France sur le marché sélectif des parfums et cosmétiques et cinquième dans le monde.

Les principaux parfums féminins de la marque sont : *Miss Dior*, *Poison*, *Dune*, *Dolce Vita*, *J'Adore* et *Dior Addict* ; *Eau Sauvage*, *Jules*, *Eau Sauvage Extrême*, *Fahrenheit*, *Dune Jour Homme*, *Higher* constituent les parfumants masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Move*, *Prestige*, *Snow*, *Bikini* pour les produits de soin, *Dior Addict* pour le maquillage.

**Guerlain**, fondée en 1828 par Pierre François Pascal Guerlain, a créé plus de 600 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. Guerlain possède un réseau de 24 boutiques exclusivement dédiées à la vente de ses produits.

*Jicky, l'Heure Bleue, Mitsouko, Shalimar, Samsara, Aqua Allegoria, Aroma Allegoria* pour les parfums féminins, *Habit Rouge* et *Vetiver* pour les parfums masculins sont les ambassadeurs de la marque.

Les principales lignes cosmétiques de Guerlain sont *Issima* pour les produits de soin, *Terracota, Divinora* pour le maquillage.

La société **Parfums Givenchy**, fondée en 1957, complète sa présence dans l'univers des parfums féminins et masculins (*Amarige, Organza, Eau Torride, Π, Givenchy pour Homme...*) en développant une activité dans le domaine des produits cosmétiques avec les soins *Swisscare* et la ligne de maquillage *Miroir* inaugurée en 1999.

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et connaissent un fort développement depuis le succès de *Flower by Kenzo*, 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 *Kenzoï* à base d'eau végétale.

**Bliss** est une entreprise américaine de spas et de cosmétiques basée à New York qui connaît une forte croissance depuis sa création en 1996. Depuis son arrivée en 1999 au sein du groupe LVMH, Bliss a entrepris de développer sa présence en Angleterre et en France.

**BeneFit Cosmetics** (créée en 1995 à San Francisco et acquise par LVMH fin 1999) 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 quatre boutiques exclusives de la baie de San Francisco, la marque est actuellement distribuée dans plus de cent points de vente aux Etats-Unis, en France et au Royaume-Uni.

**Fresh** (créée en 1991 et acquise par LVMH en septembre 2000) 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. La société possède cinq boutiques en propre aux Etats-Unis.

**Make Up Forever** (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 sa boutique exclusive parisienne et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, aux Etats-Unis, au Canada et au Japon.

Urban Decay (créée en 1996) propose des lignes de maquillage et des accessoires qui s'adressent à une clientèle d'adolescentes et de jeunes urbaines. Urban Decay a rejoint LVMH en février 2000 et s'est implantée à l'international dans plus de vingt pays.

Hard Candy a rejoint LVMH en mai 1999. Créée en 1995 et basée à Los Angeles, la marque s'adresse à une clientèle jeune à laquelle elle propose une ligne complète de produits de maquillage aux couleurs audacieuses.

Ces deux marques ont été cédées fin 2002.

**Acqua di Parma** (fondée en 1916 à Palerme) est une marque de parfumerie de prestige, symbole du chic italien, qui a fait son entrée dans le groupe LVMH grâce à une prise de participation de 50 % en septembre 2001. La marque est spécialisée dans les parfums et l'aromathérapie 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. Grâce à son intégration au sein du groupe LVMH, la société prévoit l'ouverture progressive de magasins dans les grandes capitales.

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

### 3.2 La recherche en parfums et cosmétiques

La recherche joue un rôle majeur dans la stratégie de développement des Parfums et Cosmétiques. Les marques du groupe d'activités bénéficient aujourd'hui du regroupement de leurs équipes au sein des laboratoires LVMH.

Ce regroupement est le résultat d'étapes successives. Dès 1983, un GIE rassemblant les chercheurs de Parfums Christian Dior et Roc (marque qui a quitté le Groupe en 1993) avait été constitué. En 1997, les équipes de Parfums Christian Dior accueillaient sur leur site de Saint Jean de Braye les chercheurs du GIE. En 1999, les équipes de recherche et développement de Parfums Givenchy et de Guerlain ont fusionné avec celles de Parfums Christian Dior pour former les laboratoires LVMH implantés à Saint Jean de Braye. Depuis l'année 2000, ces laboratoires mettent aussi leur expertise au service des marques américaines du Groupe. Plus de 230 scientifiques, chercheurs, médecins, chimistes, biologistes et pharmaciens, travaillent ainsi à Saint Jean de Braye sur tous les développements des produits de soin, maquillage et parfums de Christian Dior, Guerlain et Givenchy. Les laboratoires assurent également un certain nombre de développements pour Parfums Kenzo et les jeunes sociétés américaines, ainsi que la coordination réglementaire sur tous les produits.

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 ou américaines, de grands projets de recherche appliquée dont

l'ensemble des marques bénéficie. Les chercheurs peuvent aussi s'investir plus facilement dans des domaines qui auraient été trop coûteux s'ils avaient été destinés à une marque isolée. 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 des services connexes (toxicologie, réglementation...) a permis de doter l'ensemble des marques de Parfums et Cosmétiques d'une expertise reconnue, notamment dans le domaine de la sécurité des produits.

Globalement, les frais de recherche en Parfums et Cosmétiques représentent environ 1,5 % du chiffre d'affaires, étant précisé que celui-ci est toutefois constitué de ventes de produits parfumants à hauteur de 61 %.

En 2002, les équipes ont poursuivi leurs travaux dans les domaines clés de compétence, sensorialité, plaisir, 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.

Concernant les soins, les principaux thèmes de recherche sont à l'heure actuelle l'anti-âge (prévention et correction), le corps, et les produits blanchissants pour la clientèle asiatique ; pour le maquillage, les interactions peau-lumière-matière, et les nouveaux polymères.

Les derniers succès issus des laboratoires LVMH sont, en produits de soins, *Bikini* (Dior) dans le domaine de l'amincissement, *Hydra Move* (Dior) dans celui de l'hydratation, *Successlaser* (Guerlain) et *No Surgetics* (Parfums Givenchy) pour le traitement des rides ; en maquillage, la gamme *Dior Addict*, le mascara *Maximeyes* et le fond de teint *Diorskin* pour Parfums Christian Dior, et la gamme *Divinora* pour Guerlain.

### 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. Un site de production en Chine est spécialisé dans l'assemblage de certains produits à destination de la région Asie-Pacifique. 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, sous-traitent la fabrication de leurs produits, pour la plus grande part.

Les matières sèches, c'est-à-dire les flaconnages, bouchons,... et tous autres éléments constituant le contenant ou l'emballage sont acquis après 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.

### 3.4 Faits marquants de l'exercice 2002

En 2002, le chiffre d'affaires du groupe Parfums et Cosmétiques enregistre une hausse de 5 % en euros et de 8 % à devises constantes. La croissance a été particulièrement remarquable sur les marchés asiatiques (Japon, Corée, Chine) et en Europe, y compris en Russie, marché dont le développement significatif confirme le potentiel. Les difficultés des grands magasins aux Etats-Unis ont en revanche limité la croissance de l'activité sur ce marché.

Les parfums Loewe, précédemment intégrés au groupe Mode et Maroquinerie, ont rejoint en 2002 le pôle Parfums et Cosmétiques, renforçant notablement ses positions en Espagne où la marque est leader du marché sélectif. Afin de concentrer ses investissements sur ses activités stratégiques et les plus contributives, le groupe a cédé les start-up américaines Urban Decay et Hard Candy.

Malgré une forte exposition aux Etats-Unis, l'ensemble des jeunes sociétés de cosmétique a significativement progressé en chiffre d'affaires. Les marques américaines BeneFit et Fresh et la société française Make Up For Ever ont réalisé des croissances à deux chiffres.

Le groupe des licences américaines a plus que doublé sa croissance grâce à l'extension réussie de la ligne Marc Jacobs et au lancement en fin d'année des premiers parfums du créateur Kenneth Cole.

#### *Parfums Christian Dior*

Parfums Christian Dior a de nouveau amélioré ses performances en termes de ventes. Cette croissance est due notamment au succès de ses innovations, mais aussi au maintien d'une excellente performance de ses valeurs sûres. Le parfum *J'adore*, en particulier, a réalisé une performance remarquable, comparable à celle de l'année précédente, confirmant son rang de best seller et de grand classique dans l'univers des fragrances féminines.

Parmi les innovations de l'année, le premier semestre a vu le lancement du soin *Hydra Move* et de la ligne amincissante *Bikini*. La seconde partie de l'année a été marquée par les lancements très réussis du parfum féminin *Dior Addict*, du fond de teint *Diorskin* et de la gamme pour les yeux *Maximeyes*.

Au cours de l'année 2002, Parfums Christian Dior a réalisé un travail particulier dans le domaine du soin pour améliorer la cohérence de ses gammes, clarifier son offre et valoriser la présentation de ses produits.

En 2003, Parfums Christian Dior mettra l'accent sur la poursuite de son développement en Europe et de son expansion au sein des marchés asiatiques en forte croissance.

Comme les années précédentes, l'activité sera stimulée par de nombreuses innovations, particulièrement en soin et maquillage. Parfums Christian Dior a notamment lancé en tout début d'année *Capture R60/80<sup>TM</sup>*, une gamme de soin qui représente une avancée décisive dans la lutte contre le vieillissement, aboutissement d'un projet majeur de ses laboratoires. *Dior Addict* devrait poursuivre son expansion.

#### **Parfums Givenchy**

Parfums Givenchy a connu une bonne année, avec une croissance sensible de son chiffre d'affaires et, surtout, un fort développement de sa rentabilité.

Afin de gagner en visibilité et en impact, Givenchy s'est dotée d'une nouvelle charte graphique, conçue en étroite liaison avec la Maison de couture, et a renouvelé la décoration de ses comptoirs de vente en grands magasins. Ces deux initiatives soutiendront les ambitions de la marque à l'international.

L'année 2002 a été marquée par le succès du lancement de deux nouveaux parfums, le féminin *Eau Torride* au premier semestre et *Givenchy pour Homme* en septembre qui, en quelques mois, a réalisé un excellent score de ventes dans la catégorie des masculins.

En 2003, Parfums Givenchy poursuivra le renouvellement de son offre, avec notamment le relancement de *L'Interdit*, son parfum emblématique, et l'extension de la gamme *Amarige*, et réalisera le lancement d'un nouveau grand parfum féminin. La marque accentuera également son offensive dans le domaine du maquillage.

#### **Guerlain**

Guerlain a consacré l'année 2002 à une réorganisation générale de ses activités et à un recentrage stratégique sur ses valeurs historiques d'extrême qualité et de modernisme. Ce travail en profondeur lui permettra d'aborder son futur développement avec une nouvelle dynamique.

La marque a enregistré une progression significative au Japon, pays qui est, avec la France, l'un de ses marchés prioritaires.

En l'absence de lancements majeurs dans le domaine du parfum en 2002, Guerlain s'est concentrée sur l'enrichissement de sa gamme de soin *Issima*, qui a été complétée par deux nouveaux produits, *Success Laser*, un puissant réducteur de rides et *Happylogy*, une ligne relevant d'une approche du soin inédite.

Enfin, Guerlain a engagé un projet de rénovation de son Institut des Champs Elysées à Paris et lancera un grand parfum féminin en septembre 2003.

#### **Parfums Kenzo**

En 2002, Parfums Kenzo a confirmé sa nouvelle dynamique et poursuivi la progression de son résultat opérationnel.

La marque a continué de bénéficier d'un développement soutenu de son parfum *Flower* et de l'expansion sélective de sa gamme de bien-être *Kenzoki*.

La Maison a également relancé avec succès sa ligne *Parfum d'Eté* dont toutes les composantes, le jus, le flacon, le packaging et la communication, ont été renouvelées.

En 2003, Parfums Kenzo lancera un nouveau parfum masculin.

## **IV. MONTRES ET JOAILLERIE**

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH, constitué par acquisitions fin 1999, rassemble TAG Heuer, Ebel, Zenith, trois maisons réputées de l'horlogerie helvétique, ainsi que les Montres Christian Dior également fabriquées en Suisse. Il comprend aussi Chaumet et Fred, deux des fleurons de la joaillerie française. Il intègre désormais la joint-venture De Beers LV, créée en juillet 2001, qui a ouvert son premier magasin en 2002. Omas, célèbre créateur italien d'instruments d'écriture acquis en 2000, complète ce portefeuille et renforce une activité stylos déjà initiée par Christian Dior et Chaumet.

En 2002, le groupe d'activités Montres et Joaillerie a réalisé un chiffre d'affaires de 552 millions d'euros, soit 4 % du chiffre d'affaires de LVMH.

#### **Chiffre d'affaires par zone géographique de destination :**

	2002	2001	2000
France	8	7	8
Europe (hors France)	29	33	35
Amériques	28	29	30
Japon	14	13	11
Asie (hors Japon)	12	10	9
Autres marchés	9	8	7
<b>Total en %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>552</b>	<b>548</b>	<b>614</b>

#### 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. Elle a connu au cours des dernières années une forte croissance qui lui a permis d'occuper en 2002 la quatrième place sur le marché mondial des montres de luxe. Les modèles les plus réputés sont, pour la ligne « professional sport watches » : les séries *2000*, *Kirium* et *Link* ; pour les montres et chronographes classiques, les modèles *Carrera*, *Monaco*, *Monza*, *Calibre 36*, et *Alter Ego* pour les modèles spécifiquement féminins. TAG Heuer a lancé sous licence en 2002 une ligne de lunettes de sport, *TAG Heuer Sportvision*.

**Zénith** (fondée en 1865 et implantée au Locle dans le Jura suisse) appartient au cercle très restreint des manufactures d'horlogerie. 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 Zénith, 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*. Zénith a rejoint LVMH en novembre 1999 et a entamé en 2001 la modernisation de ses ateliers de production.

**Ebel** (fondée en 1911 à la Chaux-de-Fonds, acquise par LVMH en novembre 1999) est aujourd'hui une des premières marques horlogères de luxe. Elle doit sa réussite à l'alliance de son savoir-faire horloger et de l'élégance du design des montres masculines et féminines assemblées dans ses ateliers, en particulier, les modèles *Classic Wave*, *Beluga*, 1911, *E-type* et les *Joyaux de l'Océan*.

Les **Montres Christian 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 Ateliers Horlogers sont issus de la fusion en 2001 de Benedom et de PLD, département d'Ebel spécialisé dans les « private labels ». Les collections de Montres Christian Dior, notamment les lignes *Riva*, *Chris 47* et *Malice*, dont le style est désormais conçu en parfaite harmonie avec la force créative de la maison de couture, connaissent 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 Paris** (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.

**Omas**, maison italienne fondée en 1925 et acquise par LVMH en mai 2000, est un fabricant de stylos très haut de gamme. Réputé pour son savoir-faire artisanal, le design et la qualité de ses produits, Omas complète ses gammes traditionnelles, qui font référence dans l'univers des instruments d'écriture, par des collections originales en séries limitées destinée à une clientèle de collectionneurs.

**De Beers LV** est une société commune à LVMH et De Beers créée en juillet 2001. Cette 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.

#### 4.2 Organisation et stratégie

Depuis sa constitution récente au sein du groupe LVMH, le groupe Montres et Joaillerie s'est consacré à établir les bases d'un développement profitable. Il bénéficie désormais de compétences managériales renforcées, de l'amélioration du positionnement et des gammes de produits de chacune des Maisons et de la mise en œuvre des synergies opérationnelles appropriées.

Les Maisons horlogères et joaillières de LVMH poursuivent deux axes stratégiques, pénalisants à court terme pour le chiffre d'affaires et le profit, mais porteurs pour l'avenir.

Le premier axe est la mise en place d'une distribution plus sélective et plus qualitative par le renforcement des relations avec les meilleurs détaillants spécialisés. Cette politique vise à mieux contrôler les images de marque. Complétant leur présence chez ces détaillants soigneusement sélectionnés, les marques TAG Heuer, Fred et Chaumet possèdent également leurs propres boutiques exclusives, au nombre de 10 pour TAG Heuer, de 9 pour Fred et de 18 pour Chaumet.

Le second axe stratégique est la réduction de certaines activités antérieures de production et de distribution pour le compte de marques extérieures à LVMH.

Le groupe d'activités a désormais largement déployé sa présence internationale, renforcé la coordination et la mise en commun de ses moyens administratifs, développé ses équipes

commerciales et marketing et commencé de mettre en place à travers le monde un réseau de services après-vente multi-marques afin d'améliorer la satisfaction de sa clientèle. Fin 2001, LVMH Montres et Joaillerie disposait d'une organisation territoriale couvrant tous les marchés européens, le continent américain, le Nord de l'Asie, le Japon et la région Asie-Pacifique.

Dès 2001, la 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'élaboration des plans d'investissements, d'amélioration de la productivité et de négociation des conditions d'achat auprès des fournisseurs.

### 4.3 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Grâce à ses quatre ateliers ou manufactures suisses, situés à 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, Ebel, Zénith, Christian Dior, Chaumet et Fred Paris. Zénith assure en outre dans sa Manufacture la conception et la fabrication des mouvements mécaniques qui ont fait la réputation de la marque.

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. Là encore, le groupe d'activités dispose d'une certaine anatomie, avec ArteLink, en Italie, l'ancienne division bracelets métalliques de Morellato Sfa acquise par Tag Heuer en 2001, et la société ArteCad, entité spécialisée dans la fabrication de cadrans à la Chaux de Fonds.

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.

### 4.4 Faits marquants de l'exercice 2002

En 2002, les marques de LVMH ont réalisé, alors que le marché mondial des montres de prestige connaissait un recul sensible, un chiffre d'affaires stable mais en progression en devises locales. Parallèlement, le groupe d'activités a poursuivi son désengagement de certaines activités de production et de distribution pour le compte de marques extérieures.

Le groupe d'activités a poursuivi la mise en œuvre de synergies entre les Maisons et Les Ateliers Horlogers. Ces développements ont permis d'optimiser les investissements techniques et l'efficacité opérationnelle. La naissance de la collection *Tambour* de Louis Vuitton dans les Ateliers Horlogers en est l'une des illustrations.

La créativité, encouragée dans toutes les Maisons rassemblées au sein du groupe d'activités, s'est concrétisée par le lancement de modèles de bijoux et de montres très novateurs dans le respect du positionnement défini pour chaque marque.

Dans un contexte concurrentiel difficile, le groupe Montres et Joaillerie maintient son ambition de devenir un acteur significatif dans ce secteur d'activités encore récent pour LVMH et continue de soutenir sa progression par des investissements commerciaux et marketing soigneusement ciblés. Les Maisons et réseaux de distribution s'attacheront parallèlement à améliorer leur productivité.

### Tag Heuer

A la suite du recentrage opéré en 2001 pour accroître la sélectivité de sa distribution et mieux contrôler son image, TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes sportifs de prestige, a repris sa croissance en 2002. Des gains de parts de marché significatifs aux Etats-Unis, en Asie hors Japon, en Italie, et en Europe de l'Est confirment la pertinence des options stratégiques engagées depuis l'arrivée de TAG Heuer au sein de LVMH. Les premières implantations de la marque en Chine et en Inde ont en outre été réalisées avec succès en 2002.

Tout en bénéficiant de la progression de son cœur de gamme, qui comprend notamment la ligne *2000 Exclusive* et la célèbre *Kirium F1* lancée en 2001, TAG Heuer a confirmé sa capacité à innover et à monter en gamme.

L'innovation de la marque a été saluée par le Grand Prix d'Horlogerie de Genève 2002, catégorie design, attribué au *Micrograph F1* qui mesure le millième de seconde. Cette création sera lancée en distribution en 2003. L'année 2002 a vu pour sa part le lancement de l'*Aquagraph*, chronographe automatique de plongée, dont les performances sont vérifiées à 500 mètres de profondeur.

TAG Heuer a par ailleurs opéré une montée en gamme spectaculaire dont ont bénéficié les modèles classiques *Monza*, *Monaco*, *Carrera...* édités en or et équipés de mouvements prestigieux, tels que le Calibre 36 développé avec la Manufacture Zénith.

TAG Heuer poursuit son association avec le monde du sport en qualité de chronométreur officiel du championnat de Formule 1 et du championnat du monde de ski alpin. En 2002, la marque s'est également illustrée par son partenariat avec le voilier Oracle à l'occasion de la Louis Vuitton Cup.

Dans le cadre de sa politique d'ouvertures de boutiques exclusives dans les grandes métropoles internationales, après Tokyo, Kuala Lumpur, Singapour, Sydney et Londres, TAG Heuer a ouvert en mars 2002, à New York, au cœur du quartier de Soho, son sixième espace de vente et premier showroom

américain. Deux showrooms ont également été ouverts en octobre à Bangkok et à Pékin.

Au sein de son réseau de points de vente sélectionnés dans le monde, TAG Heuer a poursuivi un travail intense de mise en place de corners et présentoirs améliorant la présentation de sa gamme.

### **Montres Christian Dior**

La dynamique impulsée par la nouvelle stratégie des Montres Christian Dior en 2001 s'est accrue en 2002, générant pour la marque une croissance encore supérieure. Malgré une conjoncture peu favorable à la catégorie des montres de mode, l'ensemble des lignes et tous les pays d'implantation ont contribué à cette performance.

Les raisons de ce fort développement tiennent à l'originalité du design et à la qualité des montres fabriquées en Suisse dans les ateliers du groupe d'activités en collaboration très étroite avec les studios de création de Christian Dior Couture. Le style des montres, les matières des bracelets, les couleurs des cadrans sont conçus en harmonie avec les collections de couture.

La marque a bénéficié d'un soutien publicitaire important sur ses marchés prioritaires, consacré à la montre *Riva Sparkling*, modèle acier enrichi d'un serti diamant très original imaginé par John Galliano, créateur des collections Christian Dior.

Une nouvelle interprétation de la montre *Chris 47* créée par John Galliano a été présentée au Salon de Bâle au mois d'avril 2003. L'automne verra le lancement d'une autre ligne féminine, imaginée par Victoire de Castellane, créatrice de la joaillerie Dior.

Le développement de la marque sera soutenu par de nombreux visuels publicitaires pour les montres *Riva* et *Chris 47* et par la mise en place d'une nouvelle génération de corners et présentoirs.

### **Zénith**

Depuis sa reprise par LVMH en 1999, la Manufacture horlogère, célèbre pour ses mouvements *Elite* et *El Primero*, poursuit son repositionnement et sa modernisation.

En 2002, Zenith a renouvelé l'essentiel de sa gamme, lui apportant de nombreuses améliorations esthétiques et fonctionnelles, tout en restant fidèle au style classique de la Manufacture. Montée en gamme, lancements de nouveaux mouvements sur base *El Primero* et *Elite*, utilisation de métaux précieux, créations originales très limitées et grandes tailles, toutes ces initiatives ont fortement accru la visibilité de la marque dans l'univers de la Haute Horlogerie.

Conséquence des améliorations apportées à ses produits, Zénith a progressé en 2002, avec une forte augmentation de son prix moyen de vente. Sa croissance a été particulièrement soutenue en Asie.

En 2003, les investissements consacrés à la manufacture seront poursuivis afin d'accroître les capacités et possibilités de développement de mouvements pour la marque Zénith et pour d'autres Maisons de LVMH, telles que Louis Vuitton et TAG Heuer.

Des innovations importantes et des complications originales, fidèles à l'esprit de la Manufacture Zénith, ont été présentées au salon de Bâle au mois d'avril.

### **Ebel**

Après avoir en 2001 opéré le recentrage de ses collections, Ebel a déployé en 2002 une créativité très originale, illustrant tout à la fois l'excellence de son savoir-faire horloger et l'élégance de son design. L'année a été particulièrement marquée par le lancement d'une collection de montres de haute joaillerie, *Les Joyaux de l'Océan*, dont le succès commercial a dépassé les prévisions. Parmi les créations qui composent cette collection, certaines ont été retenues pour des développements de déclinaisons en acier plus accessibles.

Ebel a enregistré ses meilleures progressions en Asie, au Japon, au Moyen-Orient et en Grande-Bretagne.

En 2003, Ebel présentera de nombreuses innovations attendues par l'ensemble des marchés. La ligne *Tarawa*, issue des *Joyaux de l'Océan*, fera son apparition en acier ; des chronographes de grande taille, très originaux par leur forme carrée, viendront compléter la ligne *1911* ; dans la ligne *Classic Wave*, c'est un modèle « mini », adapté au goût de la clientèle asiatique, qui verra le jour.

### **Chaumet**

En 2002, Chaumet a enregistré une forte progression de ses ventes dans son réseau de boutiques implanté en France, au Japon et en Corée principalement. Cette performance très encourageante est le premier résultat du recentrage stratégique effectué en 2001, accompagné d'une reprise de la communication de façon très ciblée et du lancement de quelques nouveaux produits, telle que la bague *Liens*.

Chaumet a ouvert deux nouvelles boutiques en septembre 2002 à Tokyo, l'une sur Ginza, l'autre sur Omotesando, inaugurant un nouveau concept imaginé par l'architecte Jean-Michel Wilmotte.

En mars 2003, Chaumet a lancé une nouvelle collection de Haute Joaillerie, baptisée *Frisson*, initiative indispensable à son rayonnement en qualité de célèbre joaillier de la place Vendôme.

Afin de renforcer sa collection, Chaumet a présenté également en 2003 deux nouveautés horlogères au dernier Salon de Bâle.

Le nouveau concept architectural des boutiques Chaumet sera progressivement étendu au réseau. On pourra notamment le découvrir dans la boutique de la Place Vendôme à Paris.

Chaumet inclut dans ses projets la création d'une joint venture avec son agent en Corée, l'ouverture d'un magasin à Genève et de plusieurs boutiques au Japon.

#### **Fred Paris**

Fred Paris a réalisé une progression sensible de ses ventes en 2002, malgré la fermeture d'un magasin à Houston aux Etats-Unis. Cette avancée est due notamment à la poursuite de l'implantation de la marque au Japon et au succès de sa nouvelle ligne de montres *Move One*.

Les lignes de bagues *Success* et *Mouvementée* confirment leur statut de best seller de l'offre de la Maison.

#### **Omas**

La Maison de Bologne a consacré l'année 2002 à la modernisation de ses ateliers, ainsi qu'au recentrage de sa gamme et a dirigé ses efforts commerciaux sur l'Italie, les Etats-Unis et la France, principaux marchés pour les instruments d'écriture.

Deux créations originales ont vu le jour au cours de l'année : une série limitée, *Atlantide*, et la collection *Ingegno Scrittorio*, en or ou argent massifs, créée en hommage à Léonard de Vinci.

En 2003, les lignes mythiques, *360* et *Arte Italiano* seront complétées de nouvelles déclinaisons, avec notamment la création de stylos à cartouches très attendus par le marché et l'apparition d'une nouvelle couleur, le « bleu vénitien ». Un concept de corner développé pour mettre en valeur l'offre d'Omas sera mis en place chez les meilleurs détaillants.

#### **De Beers LV**

La joint venture créée par LVMH et le diamantaire De Beers a inauguré sa première boutique le 21 novembre 2002 à Londres, à l'angle de Piccadilly et de Old Bond Street.

Avec une démarche créative inspirée notamment par ses origines anglo-africaines, la marque a fait une entrée remarquée sur le marché de la joaillerie. La première pièce, un collier « rainfall », a été vendue aux enchères par Sharon Stone, au profit de la lutte contre le sida.

Le concept de magasin, particulièrement lumineux, met en valeur la pureté et la brillance des diamants utilisés dans des créations particulièrement originales.

En 2003, De Beers ouvrira plusieurs implantations au Japon au sein de différents grands magasins. D'autres ouvertures sont à l'étude, qui se matérialiseront en 2004.

## **V. DISTRIBUTION SÉLECTIVE**

Les activités de distribution sélective de LVMH ont pour vocation de promouvoir un environnement commercial favorisant l'image et le statut des marques de luxe. Elles sont présentes en Europe, aux Etats-Unis et en Asie et s'exercent dans deux domaines : le « travel retail » (vente de produits de luxe à la clientèle des voyageurs internationaux), métier de DFS et de Miami Cruiseline, et les concepts de distribution sélective spécialisée représentés par Sephora et le pôle grands magasins constitué désormais du Bon Marché et de la Samaritaine, deux prestigieux établissements parisiens.

En 2002, le groupe d'activités Distribution sélective a réalisé un chiffre d'affaires de 3 337 millions d'euros, soit 26 % du chiffre d'affaires de LVMH.

#### **Chiffre d'affaires par zone géographique de destination :**

	2002	2001	2000
France	26	25	21
Europe (hors France)	9	8	6
Etats-Unis	37	36	39
Asie	23	26	29
Autres marchés	5	5	5
<b>Total en %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>3 337</b>	<b>3 493</b>	<b>3 294</b>

#### **Nombre de magasins**

	2002	2001	2000
	648	656	643

### **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 basé à San Francisco 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. DFS dispose de 152 points de vente au 31 décembre 2002.

Face à l'augmentation actuelle des coûts de concessions d'aéroports, la stratégie du groupe DFS est désormais fondée en priorité sur le développement et la promotion de ses magasins Galleria de centres-ville, qui assurent aujourd'hui la majorité de son chiffre d'affaires.

D'une superficie de 3 000 à 17 000 mètres carrés, les 12 Galleries sont implantés dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique et aux Etats-Unis. Chacun 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, Céline...) et un complexe de loisirs et d'achat de souvenirs.

Tout en privilégiant le développement de ses Galleries 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 22 aéroports internationaux situés en Asie-Pacifique et aux Etats-Unis.

### ***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 100 bateaux représentant 26 compagnies maritimes. Elle organise en outre des programmes de vente aux enchères et édite les catalogues des produits disponibles à bord ou lors des escales.

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.

Les exercices 2000 et 2001 ont été consacrés à l'intégration des activités de Miami Cruiseline. Une organisation plus efficace a été mise en place. Parallèlement, 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 placé sur les montres et la joaillerie qui offrent de bonnes opportunités de croissance dans les années qui viennent.

## **5.2 La Distribution sélective**

### ***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 404 magasins en Europe, implantés dans 10 pays.

Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 74 magasins aux Etats-Unis, complétés par un site Internet, [sephora.com](http://sephora.com).

### ***Le Bon Marché***

Etabli en 1852, Le Bon Marché fut au XIXe 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 Epicerie 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 redonner au Bon Marché une identité forte et de l'inscrire dans la modernité. 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 premiers et l'un des plus emblématiques grands magasins de Paris. Situé entre le Louvre et Notre Dame de Paris, dans un quartier stratégique et en plein développement, il bénéficie à la fois d'une clientèle de proximité et d'un grand potentiel auprès de la clientèle internationale.

LVMH a acquis 55 % du capital de la Samaritaine en janvier 2001. Avec l'aide du Groupe, la Samaritaine a défini une

nouvelle stratégie de développement et a entrepris un repositionnement centré sur la mode et les accessoires afin d'ancrer l'enseigne dans son environnement et de séduire une clientèle jeune, à bon pouvoir d'achat, à la pointe des courants de mode.

L'adoption d'une nouvelle identité visuelle et d'une communication sous la signature « Magasin Evolutif » sont les premières initiatives prises dans le cadre de cette politique, ainsi que la préparation d'un vaste schéma commercial qui vise à assurer un développement régulier de l'activité de la Samaritaine à partir de 2003.

### 5.3 Faits marquants de l'exercice 2002

L'évolution du chiffre d'affaires global des activités de Distribution sélective, en baisse de 5 %, recouvre des situations contrastées : les activités de « travel retail » ont été pénalisées par la faiblesse du tourisme en 2002, tandis que Sephora a poursuivi sa croissance en Europe et aux Etats-Unis.

En 2003, dans un contexte toujours perturbé, chacune des sociétés de distribution sélective continue de se renforcer afin d'aborder les mois qui viennent dans les meilleures conditions et de se préparer à rebondir dès le retour d'un climat plus serein.

#### *DFS*

Les ventes de DFS pour l'ensemble de l'année 2002 s'établissent en retrait malgré une légère hausse au quatrième trimestre, période qui se compare à la fin d'année très déprimée affrontée en 2001 par le « travel retail ». Bien que les flux touristiques aient connu une lente reprise en cours d'année, ils restent très inférieurs à ceux de l'année 2000.

Les efforts réalisés par DFS pour accroître la compétitivité de l'offre produits dans les différentes destinations se révèlent positifs. Grâce aux mesures rigoureuses de réduction des frais centraux, à la fermeture de magasins aux performances insuffisantes dans l'environnement économique de 2002, DFS est revenu à l'équilibre d'exploitation. Les performances en Asie, meilleures que prévu, ont compensé les foyers de perte en Amérique continentale et à Hawaïi.

Afin de renforcer sa présence dans les zones touristiques, DFS vient d'ouvrir un nouveau Galleria à Singapour, s'est implanté à l'aéroport d'Okinawa au Japon et a renouvelé ses concessions aéroportuaires à Guam et en Nouvelle-Zélande.

#### *Miami Cruiseline*

Profitant de la bonne tenue du marché des croisières, Miami Cruiseline a réalisé des performances en progrès en termes de ventes et de résultat opérationnel. Les avancées réalisées en matière de logistique et de merchandising, ainsi que les mesures de réduction des coûts entreprises démontrent ainsi

leur efficacité, et permettent d'envisager l'évolution future avec confiance.

#### *Sephora*

Sephora poursuit avec succès sa politique de croissance sélective tout en donnant la priorité à l'amélioration de sa rentabilité et de son efficacité commerciale. L'enseigne réalise en 2002 une progression globale de son chiffre d'affaires de 10 % hors Japon et à taux de change constant, performance à souligner dans le contexte de ralentissement volontaire des ouvertures de magasins de part et d'autre de l'Atlantique.

Pour Sephora Europe, l'année 2002 a été marquée par le déploiement d'un projet d'amélioration des opérations.

Marquant sa volonté de se consacrer en priorité à l'amélioration de son réseau existant, Sephora a limité le nombre de ses ouvertures nettes en 2002 à 15 magasins situés dans les pays offrant les meilleures perspectives de développement rentable. Le premier point de vente à son enseigne a notamment été créé à Athènes. Sephora a en outre inauguré son implantation en République Tchèque en ouvrant, à Prague, trois magasins dont le grand succès commercial et la rentabilité confirment les remarquables potentialités du concept Sephora en Europe de l'Est.

Pour la deuxième année consécutive, Sephora réalise aux Etats-Unis une performance très nettement supérieure à celle de la distribution spécialisée prise dans son ensemble. Après la progression de 14 % du chiffre d'affaires à nombre de magasins comparable enregistrée en 2001, c'est une croissance de 25 % qui démontre en 2002 le succès commercial du concept Sephora sur un marché où la distribution spécialisée a connu une croissance faible.

Poursuivant l'objectif de rationalisation de son réseau, Sephora USA a notamment fermé le magasin du Rockefeller Center, mais a renforcé sa présence à Manahattan avec de nouvelles ouvertures et la rénovation du magasin de Times Square.

Les objectifs d'amélioration du résultat opérationnel aux Etats-Unis ont été dépassés.

Le site Internet [sephora.com](http://sephora.com) développe régulièrement son activité et a réalisé d'excellentes performances durant les fêtes de fin d'année. [Sephora.com](http://sephora.com) est de loin le premier magasin de beauté on-line américain. Il continue d'élargir sa base de consommateurs et les services offerts.

En 2003, Sephora poursuivra le développement sélectif de son réseau et continuera d'améliorer la qualité de son organisation et de ses magasins au service des clients.

La progression de la rentabilité des opérations reste une priorité, de même que la concentration des ouvertures de magasins dans les villes et pays où le concept Sephora bénéficie du meilleur potentiel. Un magasin phare ouvrira notamment à Paris, rue de Rivoli, au cours du premier semestre.

### ***Le Bon Marché***

Renforçant son image de magasin d'exception, Le Bon Marché a ouvert ses espaces en 2002 à de nouvelles marques de luxe et a agrandi les boutiques Christian Dior et Louis Vuitton.

Dans un contexte peu favorable, son chiffre d'affaires a continué de progresser significativement. Le secteur des accessoires de mode et La Grande Epicerie de Paris se sont révélés particulièrement dynamiques.

L'année 2003 verra le démarrage de la rénovation et de l'agrandissement de l'espace consacré à la mode féminine. Ce projet de grande ampleur, qui s'étalera sur les trois prochaines années, constituera l'un des principaux leviers de croissance de l'enseigne.

### ***La Samaritaine***

L'année 2002 a été consacrée à la mise en place des conditions nécessaires pour entamer le processus de relance de la Samaritaine, notamment par la fermeture du rayon bricolage lourdement déficitaire. Cette fermeture a pesé sur le chiffre d'affaires de l'année 2002, mais elle permettra, dès 2003, de redéployer les surfaces commerciales au bénéfice des secteurs de prêt-à-porter.

C'est un complet changement de nature de l'enseigne qui est engagé. D'un établissement fortement orienté vers les produits usuels, avec une clientèle majoritairement masculine, la Samaritaine opère sa mutation vers un grand magasin principalement orienté vers la mode et la clientèle féminine afin d'ancrer son offre et son image dans son environnement commercial dynamique et de séduire une clientèle à bon pouvoir d'achat, à la pointe de la modernité.

Par ailleurs, 2003 verra la remise à plat complète des procédures logistiques afin de les rendre plus efficaces et moins coûteuses. Les mouvements de réorganisation commerciale et logistique se poursuivront jusque en 2005.

## **VI. AUTRES ACTIVITÉS**

En 2002, les autres activités regroupent le pôle média géré par DI Group (ex Desfossés International), et l'Etude Tajan.

DI Group rassemble les titres de presse La Tribune, Investir, Connaissance des Arts, Le Monde de la Musique et Défis, ainsi que Radio Classique et System TV, société de production audiovisuelle.

DI Group a cédé la participation de 33 % qu'il détenait dans LV & Co au cours de l'exercice 2002 et s'est séparé, en janvier 2003, du magazine Jazzman.

L'Etude Tajan est la première maison française de ventes aux enchères.

# RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

## I. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ DE L'EXERCICE 2002

Le chiffre d'affaires de l'exercice 2002 est de 12 693 millions d'euros, soit une progression de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Ces données ne reflètent que partiellement l'évolution réelle de l'activité, les variations des parités de change par rapport à l'euro, notamment la baisse du yen puis du dollar US, ayant limité cette hausse : à devises constantes, le chiffre d'affaires progresse en effet de 9 %.

Les ventes de Vins et Spiritueux progressent de 2 % ; hors effet de la cession de la marque Pommery au premier semestre, et hors effet des variations des parités de change, la progression réelle est de 11 %. Ces chiffres reflètent la forte reprise de la demande de champagne aux Etats-Unis et en Europe ; ils reflètent également le développement des ventes de cognac en Asie, à l'exception du Japon, et la poursuite de la croissance sur le marché américain ; ils n'incluent pas Millennium, consolidée par mise en équivalence.

Les ventes des activités Mode et Maroquinerie augmentent de 16 %. Ces performances sont liées notamment à la progression des ventes de Louis Vuitton, de 7 % à devises constantes, notamment sur les marchés japonais et américain. La variation globale des ventes du groupe Mode et Maroquinerie inclut les effets de la première consolidation de Donna Karan depuis le 1er janvier 2002, et de la consolidation par intégration globale de Fendi, qui était en intégration proportionnelle en 2001, à hauteur de 50 %. Si l'on exclut ces effets de périmètre, et l'effet réducteur des parités de change, l'activité progresse de 5 %.

Les ventes des activités Parfums et Cosmétiques croissent de 5 %, et de 8 % à devises constantes, y compris les effets de l'intégration des parfums Loewe ; cette évolution illustre à la fois le succès des derniers lancements et le développement de l'activité sur l'ensemble des marchés, en particulier en Europe, seuls les Etats-Unis étant en retrait.

Le chiffre d'affaires du groupe d'activités Montres et Joaillerie augmente de 1 % et de 3 % à devises constantes, avec des progressions sensibles au Japon et dans les autres pays d'Asie. Cette performance est réalisée dans un contexte de refonte des gammes, de repositionnement marketing et d'arrêt des activités de fabrication ou distribution pour compte d'autres marques. Les ventes de la Distribution sélective diminuent globalement de 4 %, ce pourcentage occultant des réalités très différentes selon les enseignes. Les ventes de DFS sont en retrait de 9 % à devises constantes, en raison d'une parité yen/dollar toujours défavorable à la clientèle japonaise. Les ventes de Sephora progressent de 7 % en devises locales, les Etats-Unis étant en

croissance de 28 %. Les ventes de Miami Cruiseline et du Bon Marché sont également en augmentation ; le chiffre d'affaires de la Samaritaine est en diminution, en raison de la révision en profondeur de l'offre produits, et de l'effet perturbateur des travaux de rénovation réalisés.

Le chiffre d'affaires des autres activités est de 163 millions d'euros, contre 244 millions d'euros en 2001, essentiellement en raison de l'arrêt de la consolidation des activités de Phillips fin 2001.

L'évolution du périmètre du Groupe, des activités ainsi que de l'environnement monétaire au cours de 2002 ont conduit à une légère modification du poids de chaque métier dans le chiffre d'affaires total en devises courantes : la part de la Distribution sélective diminue de 29 % à 26 % du total, au profit des activités de Mode et Maroquinerie qui passent de 29 à 33 %. Le pourcentage des autres métiers reste stable : Vins et Spiritueux 18 %, Parfums et Cosmétiques 18 %, Montres et Joaillerie 4 %. Les évolutions de l'activité par zone géographique, ainsi que les variations du périmètre de consolidation décrites ci-dessus, cession de Pommery, consolidation de Donna Karan et intégration globale de Fendi, ont conduit à maintenir quasi inchangée la répartition du chiffre d'affaires par devise, dans un contexte de baisse des parités du yen et du dollar US contre euro. En 2002, la répartition est ainsi restée la suivante : zone euro 32 %, dollars US 33 %, yen 16 %, autres devises 19 % dont 5 % au titre du dollar de Hong Kong.

La marge brute atteint 8 130 millions d'euros, soit un taux de marge sur chiffre d'affaires de 64 %, en progression de 2 points sur 2001 en raison principalement de l'effet favorable des couvertures de change.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 4 705 millions d'euros, progressent de 3 %. A périmètre comparable et devises constantes, l'évolution serait similaire ; ce chiffre reflète une sélectivité accrue dans les campagnes de communication et, comparativement à 2001, une baisse relative du nombre d'ouvertures de magasins.

Les charges administratives sont de 1 417 millions d'euros, en retrait de 2 % par rapport à 2001, et de 4 % à devises et périmètre constants.

Le résultat opérationnel, qui s'élève à 2 008 millions d'euros, progresse de 29 %. Cette croissance, très supérieure à celle du chiffre d'affaires, provient de l'amélioration de la marge brute du groupe, ainsi que du contrôle des charges commerciales et administratives, telle qu'évoquée ci-dessus.

Le résultat opérationnel de l'activité Vins et Spiritueux, de 750 millions d'euros, augmente de 11 %, confirmant la progression des marges et des volumes.

Le résultat opérationnel de l'activité Mode et Maroquinerie, de 1 297 millions d'euros, croît de 2 % après une progression de 9 % en 2001 ; l'activité a été pénalisée durant plusieurs mois par les effets des attentats du 11 septembre 2001, rendant ainsi défavorables les comparaisons avec l'exercice précédent.

L'activité Parfums et Cosmétiques dégage un résultat opérationnel de 161 millions d'euros, en progression de 8 % ; cette tendance, provenant essentiellement du second semestre, confirme le succès des lancements de nouveaux produits sur cette période.

Le résultat opérationnel des Montres et Joaillerie est négatif de 13 millions d'euros ; ce chiffre est dû notamment à l'arrêt d'activités de distribution ou de fabrication pour compte de tiers mentionné précédemment et aux investissements dans les campagnes de communication, en soutien au lancement de nombreux nouveaux produits.

Le résultat opérationnel de la Distribution sélective est désormais positif de 20 millions d'euros, alors qu'il était négatif de 213 millions d'euros en 2001 ; concourent à cette amélioration l'abaissement du point mort de DFS, revenu à l'équilibre d'exploitation, la fermeture de Sephora au Japon et en Allemagne, ainsi que le net redressement des résultats de Sephora aux Etats-Unis, désormais proches de l'équilibre.

Les pertes opérationnelles des Autres Activités, de 353 millions d'euros en 2001, ont été réduites à 207 millions d'euros en 2002. Elles incluent les résultats des activités Presse et Médias, devenus négatifs du fait de la chute brutale du marché de la publicité financière, les résultats du site internet e-luxury.com dont l'activité, en forte croissance, reste encore déficitaire et les frais centraux du Groupe ; en 2001, elles intégraient également les pertes opérationnelles de l'activité Phillips.

Les frais financiers, de 459 millions d'euros en 2001, ont été réduits à 294 millions d'euros en 2002. Cette évolution est liée à la baisse des taux d'intérêts, aux ressources dégagées par la cession de la participation dans Gucci en 2001, aux cessions d'actifs réalisées en 2002, et à la forte amélioration de la génération de fonds opérationnelle.

Les autres produits et charges comprennent notamment les éléments suivants : une plus-value de 55 millions d'euros, résultant de la cession des marques Pommery, Hard Candy et Urban Decay, de divers actifs immobiliers, et des participations dans Fininfo et Grand Marnier ; une provision complémentaire sur les titres Bouygues de 200 millions d'euros ; des dépréciations exceptionnelles d'actifs pour 116 millions d'euros, dont 41 millions d'euros au titre des stocks et 55 millions relatifs à des immobilisations incorporelles. Les autres produits et charges comprennent en outre un produit de 17 millions d'euros provenant de cessions d'actions LVMH et variations de provisions sur ces titres, et un montant de 161 millions d'euros relatif notamment aux provisions pour restructuration du réseau de distribution de Moët Hennessy dans certains pays, à la sortie totale du capital de Phillips et à la fermeture de certaines boutiques.

Le taux d'imposition moyen de 2002, de 27 %, est inférieur à celui constaté en 2001, en raison de l'utilisation sur 2002 du déficit conjoncturel de certaines activités.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence est négative de 18 millions d'euros. Cette ligne représente essentiellement la part de LVMH dans les résultats de Millennium et de Bonhams, ainsi que les 50 % de LVMH dans les résultats de la joint-venture avec De Beers ; en 2001, était également incluse la part de LVMH dans les résultats du site internet e-luxury.com.

Le résultat net courant part du groupe s'élève à 818 millions d'euros ; il était de 334 millions d'euros à fin 2001.

La charge d'amortissement des écarts d'acquisition s'élève à 262 millions d'euros, contre 168 millions d'euros pour l'exercice précédent. Cette variation provient de la réduction à 20 ans de la durée d'amortissement du goodwill de DFS et des évolutions du périmètre de consolidation, en particulier l'intégration de Fendi et de Donna Karan.

Les intérêts minoritaires progressent de 99 à 131 millions d'euros, principalement en raison de l'évolution des résultats des Vins et Spiritueux, dont Diageo détient 34 %.

Le résultat net comptable part du Groupe est de 556 millions d'euros ; il était de 10 millions d'euros en 2001, après éléments inhabituels négatifs de 156 millions d'euros.

## 1.1 Groupe Vins et Spiritueux

Le chiffre d'affaires du groupe Vins et Spiritueux s'élève à 2 266 millions d'euros, en croissance de 2 % par rapport à 2001.

Le résultat opérationnel atteint 750 millions d'euros, en hausse de 11 % par rapport à 2001.

La marque et certains actifs de Pommery ont été cédés au 30 mai 2002 ; cette variation de périmètre a une incidence de

2 points sur l'évolution du chiffre d'affaires.

Une participation de 40 % a été prise dans la société Millennium qui commercialise les marques de vodka Belvédère et Chopin et détient une distillerie de vodka en Pologne. Cette société a été consolidée par mise en équivalence à compter du 1<sup>er</sup> août 2002.

	2002	2001	2000
<b>Ventes en volume</b> (millions de bouteilles) :			
– Champagne	53,6	49,8	53,7
– Cognac	42,4	40,1	38,0
– Vins tranquilles et pétillants	27,0	25,3	27,4
	123,0	115,2	119,1
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination</b> (en %) :			
– France	12	11	10
– Europe hors France	26	24	24
– Amériques	38	38	39
– Japon	10	12	13
– Asie hors Japon	12	11	11
– Autres marchés	2	4	3
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires</b> (en millions d'euros)	2 266	2 232	2 336
<b>Résultat opérationnel</b> (en millions d'euros)	750	676	716
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	33	30	31
<b>Investissements opérationnels</b> (en millions d'euros)	52	61	66

### Champagne et Vins

Le chiffre d'affaires de l'activité Champagne et Vins s'élève à 1 410 millions d'euros, en hausse de 3 % par rapport à 2001 et de 7 % à périmètre comparable (hors Pommery).

Le résultat opérationnel s'établit à 422 millions d'euros, en croissance de 16 % par rapport à 2001 ; cette variation a essentiellement pour origine la croissance des ventes en volume.

- *Champagne* :

Les ventes en volume de l'ensemble des marques de Champagne de LVMH progressent de 8 % par rapport à l'année précédente et de 14 % à périmètre comparable (hors Pommery), alors que les expéditions de la région Champagne prise dans son ensemble ont augmenté de 9 % dont pour la

France 6 %, la CEE hors France 15 %, les Etats-Unis 33 % et 5 % pour le reste du monde.

La part de marché des marques de LVMH atteint désormais 18,4 %, à périmètre constant (hors Pommery), en augmentation de 0,6 point par rapport à 2001.

Les ventes en volume des marques de LVMH progressent par rapport à 2001 de 33 % aux Etats-Unis, de 20 % en Grande-Bretagne, de 5 % au Japon, alors qu'elles sont en baisse de 13 % en Allemagne et de 4 % en Italie. En France, la progression est de 1 % et de 9 % hors Pommery.

La récolte 2002 de la Champagne a été remarquable en qualité et très légèrement supérieure à celle de l'année précédente

grâce à un niveau d'appellation équivalent à 12 000 kilogrammes par hectare, dont 600 kilogrammes ont été mis en réserve qualitative. Le prix indicatif du kilo de raisin pour un cru à 100 % a été fixé à 4,10 euros, prix en hausse de 2,5 % par rapport à 2001.

- *Vins tranquilles et Vins pétillants :*

Les ventes en volume de l'activité Vins tranquilles et pétillants s'établissent à 27 millions de bouteilles, en croissance de 7 % par rapport à 2001. Cette croissance a pour origine les bonnes performances des ventes aux Etats-Unis et le redressement des ventes de la filiale argentine, en baisse fin 2001 en raison de la crise qui a secoué ce pays.

### *Cognac et Spiritueux*

Le chiffre d'affaires de l'activité Cognac et Spiritueux s'établit à 855 millions d'euros, en légère baisse par rapport à 2001 du fait d'un effet de change négatif.

L'année 2002 est marquée par une nouvelle croissance des ventes en volume de 6 % ; par marché, l'évolution est contrastée : croissance de 13 % en Chine, poursuite des bonnes performances aux Etats-Unis avec une progression de 5 %, mais de nouveau une baisse des ventes au Japon, de 18 % en 2002. Les ventes de qualités vieilles progressent à nouveau plus vite que celles de qualité VS, tendance inverse de celle rencontrée en 2000 et 2001.

Les volumes d'expédition de la région Cognac augmentent de 5 % par rapport à 2001 alors que les expéditions en volume des marques de LVMH augmentent de 6 %. La part de marché de LVMH s'établit ainsi à 37,7 %, en progression de 0,3 point par rapport à 2001.

Le résultat opérationnel s'établit à 328 millions d'euros, soit une progression de 5 % par rapport à l'année précédente.

## 1.2 Groupe Mode et Maroquinerie

	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :</b>			
– France	10	11	11
– Europe hors France	16	14	14
– Amériques	24	19	17
– Japon	33	36	37
– Asie hors Japon	15	18	19
– Autres marchés	2	2	2
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	4 194	3 612	3 202
<b>Résultat opérationnel</b>	1 297	1 274	1 169
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	30	35	37
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	246	210	194

Le chiffre d'affaires du groupe Mode et Maroquinerie s'élève à 4 194 millions d'euros, en progression de 16 % par rapport à 2001.

Le groupe d'activités inclut sur les 12 mois de 2002 la consolidation par intégration globale de Fendi, qui était consolidée par intégration proportionnelle en 2001. L'année 2002 intègre également l'activité de la société Donna Karan International, alors qu'en 2001 seules les redevances au

titre de la licence de la marque Donna Karan, versées par Donna Karan International à Gabrielle Studio, étaient prises en compte.

A périmètre et taux de change constants, la croissance du chiffre d'affaires en 2002 est de 5 %.

Le chiffre d'affaires de Louis Vuitton, dont les ventes en volume ont progressé de 2 %, a été affecté par les effets négatifs des événements du 11 septembre 2001 sur la fréquentation des

zones touristiques du Pacifique. Cependant, le développement des ventes au Japon et aux Etats-Unis, respectivement de 15 % et 12 % en monnaie locale, a permis à Louis Vuitton de réaliser de nouveau une très bonne année.

Le réseau de distribution de Louis Vuitton s'élève à fin 2002 à 299 magasins dont 42 global stores, soit un accroissement de 7 unités par rapport à 2001.

Au cours de l'année 2002, Fendi a finalisé la restructuration de son réseau de distribution qui compte désormais 84 boutiques ; une restructuration des moyens de production a également été entreprise.

Donna Karan International a procédé à une refonte de son organisation dont les effets ont déjà été sensibles dans les résultats de 2002. Des réductions de coûts ont été rapidement obtenus à la fois dans les domaines logistiques, administratifs et commerciaux. Le réseau de distribution adapté à la nouvelle stratégie de l'entreprise comprend 49 boutiques en propre.

Les chiffres d'affaires de Loewe et Céline sont en croissance à devises comparables, avec de bonnes performances sur le marché japonais.

Loewe se concentre sur le développement de ses lignes de maroquinerie et d'accessoires ; son réseau de boutiques à fin 2002 est de 89 unités.

Céline poursuit le développement de son prêt-à-porter et s'appuie sur une gamme de sacs dont le succès est désormais établi. Céline gère 89 boutiques en propre dans le monde.

Kenzo a connu une année moins favorable en termes de chiffre d'affaires.

Christian Lacroix a poursuivi le développement de ses licences et a obtenu de très bonnes performances dans son activité de Haute Couture.

Givenchy poursuit la restructuration des licences de sa marque ce qui pèse sur son chiffre d'affaires, alors que le développement des lignes de prêt-à-porter se poursuit avec succès.

Le chiffre d'affaires de Marc Jacobs est en croissance de plus de 40 % à devises comparables, grâce à l'engouement des clientèles américaines et japonaises pour ses produits.

Thomas Pink voit son chiffre d'affaires croître de 7 % à devises constantes ; son réseau de distribution est passé de 36 boutiques en 2001 à 39 boutiques en 2002, avec notamment des ouvertures aux Etats-Unis.

Berluti a ouvert 2 boutiques et en possède désormais 8, ce qui concourt à la forte augmentation de son chiffre d'affaires.

Pucci développe ses collections et son chiffre d'affaires conformément aux objectifs prévus.

Le résultat opérationnel du groupe Mode et Maroquinerie s'établit à 1 297 millions d'euros, en progression de 2 % par rapport à 2001.

### 1.3 Groupe Parfums et Cosmétiques

	2002	2001	2000
<b>Ventes par ligne de produits (en %)</b>			
Parfums	62	61	61
Maquillage	21	22	21
Produits de soins	17	17	18
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %)</b>			
France	20	20	21
Europe Hors France	35	31	30
Amériques	25	28	27
Japon	7	7	8
Asie hors Japon	8	8	8
Autres marchés	5	6	6
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	2 336	2 231	2 072
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	161	149	184
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	7	7	9
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	75	90	83

Le groupe Parfums et Cosmétiques réalise en 2002 un chiffre d'affaires de 2 336 millions d'euros, en progression de 5 % et de 8 % à devises constantes par rapport à 2001.

La croissance du chiffre d'affaires a été plus forte au dernier trimestre 2002 pour atteindre 7 % et 12 % à devises constantes. Cette croissance a été favorisée par le lancement de nouveaux produits comme le parfum féminin Dior Addict ainsi que de nouvelles gammes de maquillage, et également par la confirmation du succès des lignes J'Adore de Dior et Flower by Kenzo. Christian Dior, Givenchy et Kenzo ont vu leur chiffre d'affaires croître alors que celui de Guerlain, n'ayant pas bénéficié de lancements majeurs de nouveaux produits, est en légère baisse par rapport à 2001.

La société Parfums Loewe, auparavant consolidée dans le groupe d'activités Mode et Maroquinerie, a rejoint le groupe Parfums et Cosmétiques en 2002.

Par marché, on constate une croissance au Japon de 9 % en yen, de 14 % en Asie hors Japon, alors que la croissance est plus

modérée en France et en Europe ; elle est de 4 % aux Etats-Unis, en dollar US.

Le chiffre d'affaires des sociétés américaines récemment acquises a progressé de 9 % à devises constantes par rapport à 2001. Afin de se concentrer sur son portefeuille de marques les plus performantes, le Groupe a cédé les start-up américaines Urban Decay et Hard Candy.

Aux Etats-Unis, le parfum sous licence du créateur Kenneth Cole a été lancé en fin d'année ; il s'ajoute à ceux des créateurs Michael Kors et Marc Jacobs, dont les ventes se sont développées également en Europe et en Asie.

Au total, le résultat opérationnel du groupe Parfums et Cosmétiques s'établit à 161 millions d'euros, en croissance de 8 % par rapport à 2001. Cette croissance résulte de l'amélioration de la marge brute ainsi que d'une bonne maîtrise des charges commerciales et administratives alors que les investissements de communication sont en progression par rapport à 2001.

## 1.4 Groupe Distribution sélective

	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %)</b>			
- France	26	25	21
- Europe hors France	9	8	6
- Etats-Unis	37	36	39
- Asie	23	26	29
- Autres marchés	5	5	5
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	3 337	3 493	3 294
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	20	(213)	(65)
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	75	207	299

Le chiffre d'affaire du groupe Distribution sélective s'élève à 3 337 millions d'euros, en baisse de 4 % par rapport à 2001. Ce groupe intègre désormais outre DFS, Miami Cruiseline, le Bon Marché et La Samaritaine, l'ensemble des activités de Sephora en Europe et aux Etats-Unis, y compris le site internet Sephora.com qui, en 2001, était consolidé dans la rubrique Autres activités du Groupe LVMH.

La baisse du chiffre d'affaires du groupe Distribution sélective a pour origine la baisse des ventes de DFS, de 9 % à devises constantes. Comme à la fin de l'année 2001 et en raison de la poursuite des conséquences des événements du 11 septembre, la moindre fréquentation des zones touristiques fréquentées par les voyageurs japonais comme Hawaï, Guam et Saïpan a eu un effet négatif sur les ventes de DFS. En 2002, le Galleria de Singapour a été ouvert, drainant rapidement une importante clientèle aussi bien touristique que locale.

La réduction des coûts de structure de DFS, entamée fin 2001, a eu un plein effet en 2002 et a contribué à dégager un résultat opérationnel légèrement positif à fin 2002.

Le chiffre d'affaires de Miami Cruiseline Services augmente de 7 % en monnaie locale. Après une chute des ventes au quatrième trimestre 2001 liée aux événements du 11 septembre, la fréquentation des passagers des bateaux de croisière sur

lesquels Miami Cruiseline exploite des boutiques a sensiblement augmenté au cours de l'année 2002.

Le chiffre d'affaires de Sephora en Europe et aux Etats-Unis progresse de 8 %. La croissance des ventes a été spectaculaire aux Etats-Unis, de 28 % en dollar. Le site internet Sephora.com opérant aux Etats-Unis, désormais intégré dans ce groupe d'activités, a connu une croissance de 50 % en 2002.

Le nombre de boutiques gérées par Sephora atteint 476 unités à fin 2002, les principaux pays étant, dans l'ordre, la France avec 181 boutiques, puis l'Italie, les Etats-Unis, la Grèce, la Pologne et l'Espagne avec respectivement 108, 72, 42, 31 et 18 boutiques.

Poursuivant régulièrement la conquête de nouveaux consommateurs, Le Bon Marché accroît son chiffre d'affaires de 4 % en 2002. Concernant La Samaritaine, le chiffre d'affaires 2002 est en baisse par rapport à 2001 en raison de l'arrêt de certains départements non rentables au profit d'un redéploiement des surfaces de prêt-à-porter féminin et masculin.

Le résultat opérationnel de l'ensemble du groupe Distribution sélective s'établit à 20 millions d'euros par rapport à une perte de 213 millions d'euros en 2001.

## 1.5 Groupe Montres et Joaillerie

	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %)</b>			
– France	8	7	8
– Amériques	28	29	30
– Japon	14	13	11
– Asie hors Japon	12	10	9
– Autres marchés	38	41	42
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	552	548	614
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	(13)	27	59
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	(2)	5	10
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	31	26	16

Le chiffre d'affaires du groupe Montres et Joaillerie s'élève à 552 millions d'euros, en progression de 1 % par rapport à 2001. Ce chiffre d'affaires intègre en 2002 un moindre volume de production pour des marques tierces ; pour les seules marques du Groupe, la progression du chiffre d'affaires est de 4 %.

La croissance du chiffre d'affaires de Tag Heuer a été soutenue par le relancement des modèles emblématiques Monza, Monaco et Carrera.

Les ventes de Zenith ont bénéficié d'un bon accueil de ses lignes de haute horlogerie à la foire de Bâle.

Le chiffre d'affaires de Ebel est en légère baisse en raison notamment de la morosité du climat économique en Allemagne et aux Etats-Unis en fin d'année.

Les montres Christian Dior, bénéficiant d'un soutien marketing renforcé et du lancement de nouveaux modèles, ont fortement accru leurs ventes.

Chaumet a fortement développé son implantation au Japon, marché sur lequel sa gamme de joaillerie reçoit un très bon accueil. Le réseau de distribution de Chaumet est désormais constitué de 22 boutiques et « shop in the shop » en propre.

Le succès du lancement de la montre Move 1 de Fred a contribué à la progression du chiffre d'affaires de la marque.

Omas, ayant restructuré son outil industriel, développe désormais de nouvelles gammes de stylos.

L'activité commerciale du joint venture De Beers LV a débuté par l'ouverture d'une boutique à Londres.

Le résultat opérationnel du groupe Montres et Joaillerie s'établit à -13 millions d'euros en 2002 alors qu'il était de 27 millions d'euros en 2001. Cette baisse du résultat opérationnel est imputable à la forte réduction des activités de production pour le compte de marques extérieures au Groupe, et au renforcement des investissements marketing pour les marques du Groupe.

## 1.6 Groupe Autres activités

En 2002 sont regroupés sous cette rubrique, le pôle Média géré par DI Group (ex Desfossés International), l'activité du site internet eLuxury, consolidé par intégration globale alors qu'il était mis en équivalence à hauteur de 50 % en 2001, les ventes aux enchères de l'étude Tajan consolidée à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002 et l'activité du magazine Art & Auction. En 2002, cette rubrique incluait également les activités de Phillips. Sont également compris dans les Autres activités les frais de siège et l'élimination des ventes et marges réalisées entre groupes d'activité, notamment entre les marques et les entités de la Distribution sélective.

Au sein de DI Group, le chiffre d'affaires des supports La Tribune et Investir baissent par rapport à 2001. Cette diminution est due à la chute de plus de 20 % du chiffre d'affaires de la publicité alors que la diffusion a sensiblement

moins baissé grâce notamment, pour La Tribune, au lancement d'une nouvelle formule au deuxième semestre 2002. Les chiffres d'affaires de Radio Classique et de Sid Editions, éditeur du magazine Défis sont restés stables.

Connaissance des Arts, récemment intégré dans DI Group, a bénéficié d'une nouvelle présentation ce qui a permis d'améliorer sa diffusion et son chiffre d'affaires publicitaire.

La société System TV, spécialisée dans la production audiovisuelle, voit son chiffre d'affaires progresser en 2002.

La participation de 33 % détenue dans LV & Co (radios MFM et Voltage FM) a été cédée au deuxième semestre 2002 dans des conditions favorables.

Le chiffre d'affaires de l'ensemble de DI Group a baissé de 12 % par rapport à 2001 ; des mesures de réduction des coûts ont été prises dès la fin 2001 qui ont permis en 2002 de limiter l'aggravation des pertes opérationnelles de cette activité.

eLuxury, site internet de vente de produits de luxe aux Etats-Unis, s'est imposé comme le leader sur ce marché avec une progression de son chiffre d'affaires en 2002 de 47 % en dollars US.

L'étude Tajan, dans un marché des ventes aux enchères difficile, s'est affirmée comme le numéro un français de la vente aux enchères.

## II. FACTEURS DE RISQUES LIÉS A L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE

### 2.1 Facteurs de risques liés à l'activité

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

Le Groupe LVMH est d'abord 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 donc toujours déposés ou enregistrés afin d'assurer cette protection, que ce soit en France, aux États-Unis ou dans tout autre 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, font l'objet de contrefaçon, surtout en Europe et dans le Sud-Est Asiatique.

Les parfums et cosmétiques peuvent en outre se retrouver, indépendamment de la volonté de LVMH, dans certains

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 la contrefaçon des produits Louis Vuitton, un plan d'actions a été développé, visant à 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, en particulier 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.

### Le Groupe intervient sur des marchés concurrentiels.

Les secteurs d'activité de LVMH sont des marchés caractérisés aujourd'hui par l'augmentation du nombre 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 se caractérisent 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.

### Nos activités sont soumises à des réglementations diverses.

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.

**La réalisation des ventes du Groupe, sur l'année, est en partie saisonnière.**

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. En 2000 et 2002, environ 30 % des ventes ont été réalisées sur le quatrième trimestre. Ce chiffre était moins significatif en 2001, en raison de l'effet négatif des attentats du 11 septembre aux États-Unis ; ces faits tragiques confirment cependant que des événements imprévisibles sur les derniers mois de l'année peuvent affecter le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

**Le Groupe est soumis aux risques et incertitudes liés à l'exercice d'activités dans plusieurs pays.**

Les risques et incertitudes liés à l'exercice d'activités dans plusieurs pays sont de diverses natures : il s'agit des évolutions des devises, tant pour les opérations réalisées ou le pouvoir d'achat de la clientèle, que pour les 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 seraient 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 », ainsi que dans la note 27 aux états financiers consolidés.

Il importe toutefois de souligner que, aussi bien en termes de continents qu'en termes de devises, 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**

- **Risque 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 45 % du chiffre d'affaires total en 2002.

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.

- **Risque 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.

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

### *Protection 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 ses assureurs, LVMH applique les normes RHP (Risques Hautement Protégés) et a 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 pour lesquels 170 jours d'audit ont été consacrés par des cabinets d'ingénieurs en 2002.

Des plans de prévention et de protection intègrent, par ailleurs, la continuité des activités et les plans de secours.

### *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.

## 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 les comptes du Groupe,
- la coordination des assurances dans le cadre de programmes mondiaux et centralisés.

La politique de couverture des risques 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 de celui-ci n'est pas significatif. Les franchises à la charge des sociétés 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 0,4% 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 retraits de produits :

#### *Assurances 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 pertes d'exploitation couvrent la marge brute des sociétés du Groupe sur une période d'indemnisation qui varie, selon l'exposition aux risques, de 12 à 24 mois.

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 à 150 millions d'euros par an. Ces niveaux sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.

#### *Assurances responsabilité civile et retraits de produits*

Le groupe LVMH a mis en place, pour l'ensemble de ses

filiales, un programme d'assurance responsabilité civile et retraits de produits mondial. 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 dans 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, c'est notamment le cas aux Etats-Unis. Les niveaux de couverture sont conformes aux obligations légales imposées par les différents Etats.

### III. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

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

- L'allégement du bilan et la réduction de la dette financière consolidée. Le Groupe a ainsi procédé à la cession d'actions d'autocontrôle, de Pommery, de diverses participations financières non consolidées et de plusieurs biens immobiliers. Alliées aux fonds substantiels générés en 2002 par l'exploitation, ces cessions ont permis de réaliser une réduction significative de la dette du Groupe, au-delà même des prévisions de début d'année. La dette financière nette a ainsi été réduite de 22 % en 2002, passant de 8 272 millions d'euros fin 2001 à 6 483 millions d'euros fin 2002.
- L'amélioration de la structure financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
  - le niveau élevé et la progression des capitaux propres ;
  - la diminution de l'endettement brut et de l'endettement net ;
  - l'accroissement continu de la part à long terme de la dette financière nette ;
  - le montant important des disponibilités et valeurs mobilières de placement ;
  - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées ;
  - la liquidité potentielle procurée par les participations cotées.
- 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 ou par les participations 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, malgré la faiblesse de la devise américaine, d'obtenir des cours de couverture largement plus avantageux que les cours moyens de l'année pour ce qui concerne le dollar et le yen. S'agissant du dollar, le cours de couverture obtenu en 2002 est même plus avantageux que celui réalisé en 2001.

- La publication du rating long terme Standard & Poor's de LVMH, à savoir BBB+, en complément du rating court terme A-2 publié depuis de nombreuses années. Dans un environnement financier volatil et troublé, ce surcroît de transparence en l'absence même d'émission obligataire publique a été apprécié par le marché.
- Le Groupe, ainsi que le veut l'usage en matière de crédit syndiqué, a souscrit à des engagements de respect de certains ratios financiers. Historiquement basés sur le «gearing» (ratio dette nette / capitaux propres), ces ratios concernent désormais le « leverage » (ratio dette nette / ebitda). Le niveau actuel de ces ratios est éloigné des seuils critiques, de telle sorte que le Groupe dispose d'une flexibilité financière certaine au regard de ces engagements.
- La diminution des frais financiers.  
Les frais financiers nets diminuent sensiblement en 2002 : ils atteignent 294 millions d'euros, contre 459 millions d'euros en 2001, soit une baisse de 36 %. Cette diminution résulte de la baisse d'un peu plus de 10 % de la dette financière nette moyenne, et surtout de celle des taux d'intérêt, en particulier sur le dollar américain. Le Groupe a pu bénéficier de cette baisse des taux en 2002 grâce à une politique de gestion laissant une très large place aux emprunts à taux variable, associés le cas échéant à des instruments optionnels permettant de profiter d'une évolution favorable, tout en étant couvert contre un mouvement adverse prononcé.
- Une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, reflétant la confiance du Groupe en l'avenir :
  - paiement d'un acompte sur le dividende 2002 de 0,22 euro dès décembre 2002 ;
  - versement d'un dividende hors avoir fiscal par action de 0,80 euro pour l'exercice, en progression de 6,7 % par rapport à l'année précédente. Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 392 millions d'euros au titre de l'exercice 2002, avant effet des actions auto-détenues.

### 3.1 Risques de marché

#### • 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 sont libellées 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 montants des ventes et résultats exprimés en euros, et rendre difficiles les comparaisons des performances du Groupe d'une année sur l'autre.

Le Groupe gère activement son exposition aux risques 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.

#### • 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 6,5 milliards d'euros environ au 31 décembre 2002. La dette nette est à hauteur de 51 % à taux fixe ou à taux variable plafonné par caps, et à hauteur de 49 % 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 la 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.

#### • Exposition aux risques des marchés actions

L'exposition du Groupe aux risques des marchés actions est essentiellement liée aux actions LVMH auto détenues et à sa participation dans la société Bouygues, risque en grande partie provisionné. Le Groupe utilise parfois des instruments de couverture pour couvrir ses positions.

#### • 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 soit 1,7 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 1,4

milliard d'euros. Au regard de ces tombées potentielles, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,7 milliards d'euros.

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

- **Politique de 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 centralisée et non spéculative, destinée à limiter l'impact négatif des fluctuations des monnaies ou des taux d'intérêts sur son activité ou ses investissements.

La politique du Groupe repose en particulier sur les outils suivants :

- couverture par ventes à terme ou options :
  - du risque de change lié à ses ventes des années en cours ou prochaines ;
  - des dividendes à recevoir en monnaie locale des filiales étrangères et, dans certains cas, de leur situation nette en monnaie locale ;
  - des frais financiers sur des dettes en devise ;
- emprunt dans la devise de l'actif ou des cash-flows futurs de l'investissement ;
- mise en place de contrats de swaps, de caps de taux ou de floors de taux afin d'équilibrer la structure de la dette du Groupe (répartition taux fixe/taux variable).

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 de couverture (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 en temps réel des opérations de couverture.

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 rating minimum et selon une approche de diversification des risques.

### 3.2 Tableau des variations de trésorerie consolidée

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

La capacité d'autofinancement dégagée par le Groupe en 2002 s'est élevée à 1 518 millions d'euros, contre 919 millions un an plus tôt, soit une progression de 65 %. Cette évolution résulte en premier lieu de la progression du résultat net.

La variation du besoin en fonds de roulement génère des ressources financières à hauteur de 436 millions d'euros. Cette performance est due à une gestion rigoureuse des stocks et des comptes clients, en particulier dans les activités Mode et Parfums & Cosmétiques. Les comptes fournisseurs contribuent eux aussi positivement, à hauteur de 82 millions d'euros, à la variation de trésorerie.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est positive à hauteur de 1 954 millions d'euros, soit un montant largement supérieur aux 574 millions dégagés en 2001.

Le solde net des opérations d'investissement acquisitions et investissements opérationnels et des cessions se traduit par un décaissement de 724 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe représentent un débours de trésorerie de 559 millions d'euros, contre 984 millions en 2001. La réduction de 43 % opérée par rapport à l'an dernier reflète le non-renouvellement des acquisitions immobilières exceptionnelles de 2001, une sélectivité accrue des investissements et une concentration sur les marques phares du Groupe, à commencer par Louis Vuitton.

Les investissements financiers (les acquisitions de titres de participation et la variation des autres immobilisations financières) ont représenté sur l'ensemble de l'année une somme de 274 millions d'euros, et le solde des incidences des variations du périmètre de consolidation un montant de 160 millions d'euros. En particulier, les effets sur la trésorerie du Groupe du paiement échelonné de la participation de Prada dans Fendi ont atteint 180 millions d'euros et, avec le montant consacré à l'acquisition de Millennium, ont dépassé le produit de la cession de Pommery.

En sens inverse, les cessions d'actifs immobilisés (actifs non financiers et titres de participation non consolidés) ont eu un effet positif sur la trésorerie de 269 millions d'euros. Cette somme résulte notamment de la cession d'actifs immobiliers ainsi que de titres Fininfo, Marnier Lapostolle et Gant.

Les cessions de titres LVMH effectuées par le Groupe, nettes des acquisitions, ont généré au cours de l'année 2002 un encaissement de 516 millions d'euros, à comparer à un décaissement de 13 millions l'année précédente.

Dans le même temps, les augmentations de capital de LVMH S.A., et celles de ses filiales souscrites par des minoritaires, ont procuré au Groupe 13 millions d'euros.

Les dividendes versés en 2002 par LVMH S.A., hors actions d'autocontrôle, se sont élevés à 349 millions d'euros, dont 246 millions d'euros distribués en juin au titre du solde du dividende 2001 et 103 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2002. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 23 millions d'euros.

Les excédents de trésorerie, après toutes opérations de gestion, d'investissement, et après versement des dividendes, ont ainsi atteint 1 387 millions d'euros.

Ce solde largement positif a permis d'amortir des emprunts et des dettes financières pour des montants très significatifs, soit au total 2 408 millions d'euros, et de limiter les nouveaux emprunts et dettes financières.

Les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 523 millions d'euros. Le Groupe a continué à diversifier sa base investisseur et à tirer parti d'opportunités au moyen de placements privés réalisés dans le cadre de son programme d'Euro Medium Term Notes, à concurrence de 236 millions d'euros.

La réduction de la dette a porté en premier lieu sur la dette financière court terme, l'encours des émissions de billets de trésorerie diminuant notamment de 1 390 millions d'euros au cours de l'année.

A l'issue des opérations de l'année, la trésorerie s'élève à 544 millions d'euros.

### 3.3 Structure financière

L'année 2002 est caractérisée par l'allègement du bilan et par l'amélioration de la structure financière. L'ampleur de la génération de fonds opérationnelle, les cessions d'actifs effectuées, et la décrie de la devise américaine contre l'euro ont permis une réduction très significative de la dette financière nette.

Le total du bilan consolidé de LVMH s'élève au 31 décembre 2002 à 21 417 millions d'euros, soit une contraction de 10 % par rapport aux 23 832 millions existant au 31 décembre 2001.

L'actif immobilisé représente 13 490 millions d'euros, contre 14 280 millions fin 2001 ; il atteint ainsi 63 % du total du bilan, contre 60 % un an plus tôt.

Les immobilisations incorporelles restent stables, à 7 830 millions d'euros contre 7 824 millions fin 2001. Les marques et autres immobilisations incorporelles baissent légèrement, et représentent 4 199 millions d'euros contre

4 308 millions un an plus tôt. Les écarts d'acquisition après amortissement progressent quelque peu, à 3 631 millions d'euros contre 3 516 millions fin 2001, en raison de la première consolidation de Donna Karan et de l'achat de certains des minoritaires de Fendi, et ce malgré l'amortissement régulier des écarts d'acquisition et les effets de la baisse du dollar contre l'euro au cours de l'année 2002.

Les immobilisations corporelles, après amortissement, diminuent, à 3 850 millions d'euros contre 4 208 millions fin 2001. Cette baisse résulte des cessions opérées : Pommery, plusieurs actifs immobiliers... ainsi que des effets des variations de change. Les investissements opérationnels de l'année ont été sensiblement réduits et concentrés sur le réseau de magasins.

Les immobilisations financières diminuent à 1 810 millions d'euros, contre 2 248 millions un an auparavant. Cette diminution recouvre principalement la consolidation de Donna Karan et l'évolution de la valorisation de la participation dans Bouygues ainsi que, en sens inverse, l'augmentation des actions LVMH conservées à plus d'un an.

Les stocks s'élèvent à 3 427 millions d'euros, contre 3 655 millions fin 2001. Cette évolution reflète la vigueur des ventes en fin d'année, l'effet favorable des variations de change ainsi que la maîtrise des stocks dans la plupart des activités du Groupe, malgré la poursuite de la reconstitution des stocks de Louis Vuitton.

Les disponibilités et valeurs mobilières de placement représentent 872 millions d'euros, contre 1 417 millions au 31 décembre 2001. Y compris les actions LVMH détenues à court terme hors plans d'options, ce poste atteint, en valeur comptable, 1 166 millions d'euros.

Les capitaux propres part du Groupe, avant affectation du résultat, progressent à 7 070 millions d'euros contre 6 901 millions un an plus tôt.

Les intérêts minoritaires, constitués principalement de la présence de Diageo dans Moët Hennessy à hauteur de 34 % et des intérêts familiaux dans Fendi, restent stables à 1 772 millions d'euros. L'acquisition d'une partie des minoritaires dans Fendi a été compensée par la part des minoritaires dans le résultat de l'année.

Le total des capitaux propres avant affectation du résultat s'établit donc à 8 842 millions d'euros, représentant 41 % du total de bilan.

Le passif à moyen et long terme s'élève à fin décembre à 5 974 millions d'euros, dont 4 776 millions au titre de la dette financière. Sa part relative dans le total de bilan diminue légèrement, à 28 % de celui-ci.

Les capitaux permanents atteignent ainsi 14 816 millions d'euros, et dépassent le montant des actifs immobilisés.

Le passif à court terme s'établit à 6 601 millions d'euros au 31 décembre 2002, contre 8 026 millions fin 2001, en raison essentiellement de la diminution des dettes financières à court terme, revenues à 2 578 millions d'euros, contre 4 003 millions fin 2001. Sa part dans le total de bilan diminue à 31 %, contre 34 % fin 2001.

La dette financière à court et à long terme, nette des placements et des disponibilités, ressort au 31 décembre 2002 à 6 483 millions d'euros. Elle représente 73 % du montant des capitaux propres, contre 95 % au 31 décembre 2001.

La politique de réduction de la dette financière, entamée fin 2001 par la cession de la participation dans Gucci, a donc été poursuivie de façon majeure en 2002 puisque la dette financière nette a diminué de 1 789 millions d'euros.

Après déduction de la valeur de marché de la participation dans Bouygues et des actions d'autocontrôle non affectées aux plans d'options, la dette financière nette s'élève à 5 786 millions d'euros, soit 66 % des capitaux propres.

La part de la dette financière à plus d'un an dans l'endettement net total du Groupe augmente et atteint désormais 74% du total de la dette nette.

Les lignes de crédit confirmées s'élèvent à environ 4,6 milliards d'euros. Elles ne sont tirées qu'à hauteur de 0,9 milliard. Les lignes de crédit confirmées non tirées couvrent donc largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours 31 décembre 2002 a été réduit à 1 447 millions d'euros contre 2 837 millions un an plus tôt.

#### IV. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

La stratégie d'investissement du groupe LVMH est axée sur les marques ; cette stratégie s'exprime de deux façons : par l'acquisition de marques à fort potentiel, et par le développement des marques en portefeuille. Sont également acquises et développées des enseignes de distribution sélective, dès lors que ces acquisitions présentent des synergies avec les marques détenues, notamment en termes de contrôle de leur distribution.

Les acquisitions de marques réalisées sur les trois derniers exercices sont détaillées dans l'annexe 2 aux comptes consolidés « Variations de périmètre ». Sont rappelées ici, par groupe d'activités, les acquisitions majeures de cette période :

- Mode et Maroquinerie : Thomas Pink, Fendi et Donna Karan International,
- Montres et Joaillerie : Ebel, Zénith et Chaumet, ces acquisitions réalisées juste après celle de Tag Heuer ayant permis la constitution du pôle d'activités Montres et Joaillerie,

- Distribution sélective : La Samaritaine et diverses enseignes de distribution de parfums et cosmétiques, Boidi et Carmen en Italie, Beauty Shop en Grèce.

La détention de marques, en particulier lorsqu'il s'agit de marques prestigieuses, nécessite des investissements constants dans deux domaines :

- dans le domaine de la communication, pour le maintien ou le développement de leur image et le gain de parts de marché,
- dans le domaine de la recherche et développement, en particulier dans les activités Vins et Spiritueux, et Parfums et Cosmétiques.

Sur les trois derniers exercices, les frais de communication ont représenté un montant de 3 698 millions d'euros, ventilé par année de la façon suivante :

2000 :	1 331 millions d'euros
2001 :	1 371 millions d'euros
2002 :	1 443 millions d'euros

Ces frais correspondent essentiellement aux coûts de campagnes publicitaires, notamment pour les lancements de nouveaux produits.

En matière de recherche et développement, l'investissement de cette période s'est élevé à 84 millions d'euros.

Au-delà de l'investissement dans les actifs incorporels que sont les marques, les principaux investissements opérationnels concernent les réseaux de magasins et les unités de production. Les magasins sont détenus par les activités Mode et Maroquinerie qui assument partiellement, ou exclusivement pour Louis Vuitton, leur propre distribution, par les activités de Distribution sélective, et de façon plus limitée, par les activités Parfums et Cosmétiques et Montres et Joaillerie.

Les unités de production se retrouvent dans l'ensemble des groupes d'activités hors Distribution sélective.

L'ensemble de ces investissements a représenté 2,4 milliards d'euros sur les trois derniers exercices.

## V. DONNÉES SOCIALES

### 5.1 Effectif

L'effectif moyen du groupe LVMH en 2002 est de 53 812 personnes dont plus de 60 % hors de France.

#### 5.11 Répartition par groupe d'activités :

	Nombre	%
Vins et Spiritueux	5 017	9,3
Mode et Maroquinerie	15 033	27,9
Parfums et Cosmétiques	12 994	24,1
Montres et Joaillerie	2 301	4,3
Distribution sélective	17 289	32,1
Autres	1 178	2,2
<b>Total</b>	<b>53 812</b>	<b>100,0</b>

#### 5.12 Répartition par zone géographique :

	Nombre	%
France	19 816	36,8
Europe	10 308	19,2
Amérique du Nord	10 103	18,8
Amérique du Sud	1 607	3,0
Asie Pacifique	8 235	15,3
Japon	3 743	7,0
<b>Total</b>	<b>53 812</b>	<b>100,0</b>

#### 5.13 Répartition des personnels France par catégories socio-professionnelles :

	%
Cadres	19,0
Techniciens et Agents de Maîtrise	15,0
Employés	39,0
Ouvriers	27,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

### 5.2 Politique de recrutement

La politique de recrutement des sociétés du Groupe est fondée sur des critères de qualification professionnelle, et selon les postes à pourvoir, d'expérience préalable et de connaissance en langues étrangères.

En France, les embauches en 2002 ont concerné 3 167 personnes sous Contrats à Durée Indéterminée et 4 835 personnes sous Contrats à Durée Déterminée. Le pic saisonnier des ventes, lors des fêtes de fin d'année et des vendanges, sont deux motifs importants de recours aux contrats à durée déterminée.

#### Répartition du total des recrutements par groupe d'activités

	%
Vins et Spiritueux	16,4
Mode et Maroquinerie	12,3
Parfums et Cosmétiques	16,7
Montres et Joaillerie	1,4
Distribution sélective	52,3
Autres	0,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Ces recrutements se font en partie en relation avec des départs. Hors secteur de la Distribution sélective, traditionnellement caractérisé par un taux de renouvellement important, 908 départs de salariés en contrat à durée indéterminée ont été enregistrés en 2002, dont 42 % de démission.

### 5.3 Heures supplémentaires

Le volume annuel d'heures supplémentaires par salarié n'excède pas cinquante heures.

### 5.4 Aménagement du temps de travail

En France, toutes les sociétés ont signé fin 1999 ou début 2000 des accords dans le cadre de l'application de la loi sur les 35 heures. La mise en œuvre de ces dispositions a été réalisée dans un laps de temps très court, et sans conflit social particulier.

En 2002, 81 % des effectifs en France, soit 16 076 salariés, étaient concernés par des formes d'aménagement du temps de travail. Parmi celles-ci :

	%
Salariés avec horaires variables / aménagés	50,1
Salariés ayant bénéficié de repos compensateur	19,4
Salariés à temps partiel : moins de 20 heures	4,0
Salariés à temps partiel : entre 20 et 30 heures	6,6
Salariés à temps partiel : plus de 30 heures	5,1
Salariés en 2 x 8 sur toute l'année	4,2
Salariés en 2 x 8 courte période	5,2
Salariés travaillant de nuit	2,1
Bénéficiaires de Congé de Fin de Carrière	0,3
Bénéficiaires de Congé Parental	2,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

### 5.5 Absentéisme et ses motifs

Le taux d'absentéisme est de 5,6 % en France. Ce chiffre est en ligne avec ce qui est constaté au niveau national.

### 5.6 Rémunération et évolution

La rémunération brute moyenne mensuelle en 2002 des salariés en France sous contrat à durée indéterminée, présents tout au long de l'année, est la suivante :

Rémunération brute moyenne mensuelle en 2002 (en euros)	Effectif concerné	
	en nombre	en %
moins de 1 500	4 522	32
de 1 500 à 2 250	4 046	29
de 2 250 à 3 000	2 619	19
plus de 3 000	2 904	20
<b>Total</b>	<b>14 091</b>	<b>100</b>

### 5.7 Charges sociales et main d'œuvre extérieure en France

Le poids total des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est relativement faible puisqu'il représente 8,8 % de la masse salariale.

(en millions d'euros)

Masse salariale brute CDI et CDD	545,0
Charges sociales patronales	251,3
Coûts du travail temporaire	35,3
Coûts liés à la mise à disposition de personnels par des prestataires extérieurs	41,6
<b>Total frais de personnel</b>	<b>873,2</b>

### 5.8 Intéressement, participation et épargne salariale

Toutes les sociétés françaises disposent d'un plan de Participation, d'Intéressement ou d'Épargne. Ces plans ont représenté un montant total de 59,3 millions d'Euros :

(en millions d'euros)

Participation	35,9
Intéressement	18,6
Abondement plans d'épargne	4,8
<b>Total</b>	<b>59,3</b>

En 2001, LVMH a mis en place un plan mondial d'options d'achat d'actions LVMH et, à ce titre, attribué 25 options à 44 669 salariés du Groupe.

### 5.9 Égalité professionnelle

Les sociétés du groupe LVMH présentent un pourcentage significatif de personnel féminin. En moyenne, et pour la France, les femmes représentent les deux tiers de l'ensemble du personnel du Groupe.

Pourcentage de femmes en France selon les catégories socio-professionnelles :

	%
Cadres	51,6
Techniciens et Agents de Maîtrise	69,0
Employés	73,7
Ouvriers	63,6
<b>Total</b>	<b>65,6</b>

Cette répartition entre hommes et femmes se constate également dans le domaine du recrutement. Ainsi sur les 8 000 personnes recrutées en 2002, 68 % sont des femmes. Leur répartition selon les catégories socio-professionnelles est la suivante :

	%
Cadres	54,5
Techniciens et Agents de Maîtrise	69,3
Employés	75,0
Ouvriers	53,7
<b>Total</b>	<b>68,0</b>

Parmi les Jeunes Diplômés recrutés, 65 % sont des femmes.

### 5.10 Relations professionnelles et bilan des accords collectifs

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

Au cours de l'année 2002, les représentants du personnel ont participé à plus de 1 400 réunions :

Comité d'Entreprise	572
Délégués du personnel	522
Comité d'Hygiène et de Sécurité	190
Autres	189
<b>Total</b>	<b>1 473</b>

Ces réunions ont notamment permis la signature de 79 Accords d'Entreprise (accords dans le cadre de la négociation annuelle sur les salaires et le temps de travail, accords d'Intéressement et Participation, etc.).

### 5.11 Conditions d'hygiène et de sécurité

En 2002, il a été dénombré en France 548 accidents de travail ou de trajets avec arrêt de travail, qui se sont traduits par 13 232 journées de travail perdues.

Répartition des accidents avec arrêt, par groupe d'activités :

	Nombre d'accidents
Vins et Spiritueux	117
Mode et Maroquinerie	58
Parfums et Cosmétiques	143
Montres et Joaillerie	3
Distribution sélective	224
Autres	3
<b>Total</b>	<b>548</b>

16 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en France. Ces sommes intègrent les dépenses de médecine du travail, les petits équipements de protection (gants, lunettes, etc.), les programmes d'amélioration de la sécurité des personnes et de l'hygiène : mise en conformité, signalisation, protections, etc.

Le montant de ces dépenses et investissements représente 2,9 % de la masse salariale brute.

Plus de 4 000 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe en France.

### 5.12 Formation

Les métiers de l'industrie des produits de luxe se caractérisent par l'acquisition et le développement de savoir-faire spécifiques qui nécessitent de nombreuses années d'apprentissage. Les cadres doivent consacrer une part importante de leur temps à former l'encadrement intermédiaire aux techniques de gestion spécifiques à nos métiers. Une grande partie de la formation se déroule donc sur le lieu même de travail, au quotidien, et n'est pas comptabilisée dans les indicateurs présentés ci-dessous.

L'investissement formation réalisé en 2002 par les sociétés du Groupe en France a représenté un montant de 21,5 millions d'Euros, soit 3,9 % de la masse salariale. L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein a été de 1 140 euros.

Ce montant a permis la réalisation de 353 000 heures de formation. Plus de 11 000 salariés en CDI ont bénéficié d'au moins un jour de formation au cours de l'année.

Par ailleurs, près de 2 000 salariés ont participé à une session d'accueil ou d'intégration.

### 5.13 Emploi et insertion des travailleurs handicapés

En France le personnel handicapé représente 2 % de l'effectif total. Les prestations sous-traitées en France à des Centres d'Aide par le Travail ont représenté un montant de 1,6 million d'euros.

## 5.14 Œuvres sociales

En 2002, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de 6,6 millions d'euros à des activités sociales et culturelles : contribution aux Comités d'Entreprise pour l'organisation de voyages, l'animation de clubs de photographie ou de peinture, de bibliothèques et DVDthèques, de groupes centrés sur la pratique de sports ou de programmes de santé, etc.

L'ensemble des prestations complémentaires, frais de restauration et subventions aux Comités d'Entreprise représente la somme de 64,6 millions d'euros. Dans ce cadre, il a été procédé aux versements suivants :

(en millions d'euros)	
Décès, invalidité	6,7
Retraites	34,6
Mutuelles	6,3
Frais de restauration du personnel	10,4
Subvention aux Comités d'Entreprise	6,6
<b>Total</b>	<b>64,6</b>

## 5.15 Sous-traitance

LVMH commercialise en grande partie du « made in France » et l'essentiel de ses activités de production se situe en France : Louis Vuitton, Moët & Chandon, Parfums Christian Dior, etc. La majorité des sous-traitants du Groupe se situe en France et en Italie, ce qui facilite le respect par LVMH des dispositions des conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail.

(Voir également : Les activités du Groupe).

## 5.16 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. Il n'y a pas eu de licenciement collectif significatif en France en 2002.

Les principales sociétés du Groupe de grande taille, Hennessy, Moët & Chandon, Louis Vuitton, Parfums Christian Dior, etc. sont implantées dans des régions françaises et sont des acteurs incontournables du développement de l'emploi dans leurs régions respectives : Louis Vuitton a ainsi implanté récemment d'une manière volontariste des ateliers à Sainte-Florence et à Ducey. Que ce soit à Saint Jean de Braye qui est à proximité d'Orléans, en Champagne ou à Cognac, où plusieurs de nos sociétés sont implantées depuis longtemps, des politiques de

relation et de communication avec les collectivités locales ont été développées, en particulier dans les domaines de l'éducation et de l'emploi.

## 5.17 Relations avec les associations d'insertion et les établissements d'enseignement

Le Groupe a développé de nombreux partenariats avec des écoles de gestion et en particulier d'ingénieurs, mais également avec les écoles de création et celles spécialisées dans les savoir faire spécifiques de nos métiers (cuir, textile, etc.). Les principales sociétés du Groupe 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.

La politique de recrutement du Groupe s'accompagne d'initiatives en faveur de jeunes non diplômés et de personnes en difficulté. Ainsi Veuve Clicquot Ponsardin a des partenariats avec l'ANPE pour l'accueil de jeunes en stages d'insertion. Moët & Chandon adhère au club « Entreprises et handicap ». Louis Vuitton a des accords visant l'insertion de personnes en longue maladie au sein de ses ateliers. Plus de 300 contrats de qualification, apprentissage ou alternance ont été signés l'an passé.

## 5.18 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, sont les piliers 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 de traitement (sexe, race, religion, opinion 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.

## VI. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

### 6.1 Périmètre 2002 de reporting des indicateurs environnement

Le reporting des données environnementales a été mis en place en 1999 dans quelques sociétés et a été étendu en 2001 aux activités de production en France, pays qui concentre 74 % (en nombre) des sites de production et des entrepôts.

Ce périmètre a été développé pour intégrer toutes les sociétés du Groupe en février 2003. Du fait de ces évolutions, seuls les chiffres 2002 sont mentionnés et présentés par groupes d'activités.

Le périmètre couvre :

- pour les sociétés avec une activité de production : les sites de production et les entrepôts dans le monde possédés en propre et achetés avant 2002.
- pour les sociétés sans activité de production : les boutiques situées en France et exploitées en propre.

Il concerne 306 sites, hormis 20 sites non significatifs au regard du total communiqué.

Il n'intègre pas :

- les impacts sur l'environnement (eau, énergie,...) des bâtiments administratifs et des boutiques possédés en propres ou franchisés des branches Parfums & Cosmétiques et Mode & Maroquinerie,
- les flottes de véhicules possédés en propre par les sociétés et utilisés pour les déplacements du personnel,
- les consommations d'énergie liées au transport des marchandises, toutes les sociétés de transport étant des prestataires extérieurs.

Conformément au décret n°2002-221 du 20 février 2002, sont indiqués dans les paragraphes suivants la nature et l'importance des seuls impacts pertinents et significatifs au regard de l'activité.

## 6.2 Consommation de ressources en eau, matières premières et énergie :

	Consommation d'eau (m <sup>3</sup> )	Consommation d'énergie (MWh)	Emballages mis sur le marché (tonnes)
Vins & Spiritueux	1 217 190	103 208	98 905
Parfums & Cosmétiques	463 155	94 177	16 061
Mode & Maroquinerie	97 341	93 566	2 540
Montres & Joaillerie	23 573	8 679	66
Distribution sélective	532 294	88 025	670
<b>Total</b>	<b>2 333 553</b>	<b>387 655</b>	<b>118 242</b>

A titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité et de gaz naturel sont de 129 000 000 MWh (données MINEFI, 2001), les prélèvements d'eau d'environ 3,7 milliards de m<sup>3</sup> (données IFEN, 1999).

### Consommation d'énergie :

Elle correspond à la somme des sources d'énergie utilisées en interne (c'est-à-dire dont la combustion a lieu sur le site : fioul de groupes électrogènes, butane, propane, gaz naturel) ou en externe (c'est-à-dire dont la combustion n'est pas effectuée sur le site : électricité, vapeur).

### Emballages mis sur le marché :

En raison de la diversité des activités du Groupe, le critère commun retenu est la quantité d'emballages primaires et secondaires mis sur le marché, à destination des consommateurs, par chaque société du Groupe, les emballages de transport étant exclus.

Il s'agit des emballages suivants :

- Vins & spiritueux : bouteilles, cartons, capsules...
- Parfums & Cosmétiques : flacons, étuis...
- Mode & Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...
- Montres & Joaillerie : emballages des étuis et écrins...
- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets...  
Pour la société Sephora, les chiffres retenus comprennent l'ensemble des emballages des produits de marque Sephora remis aux consommateurs.

## 6.3 Conditions d'utilisation des sols, les rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement

### 6.3.1 Utilisation des sols

Les pollutions du sol liées aux implantations industrielles anciennes (élaboration du Cognac et du Champagne, fabrication des malles) sont non significatives. Les sites de production plus récents sont généralement implantés sur d'anciennes terres agricoles sans pollution historique. Enfin, les activités de production exercées par les sociétés du Groupe utilisent peu les sols, en dehors de la viticulture. Pour minimiser les impacts sur l'environnement, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a généralisé la démarche de viticulture raisonnée, une méthode culturale qui consiste à éviter tout traitement systématique de la vigne et appliquer « le bon produit, au bon endroit, au bon moment, à la bonne dose », de manière à satisfaire à la fois aux exigences économiques, qualitatives, et écologiques.

### 6.3.2 Émissions dans l'air de gaz à effet de serre

Pour le Groupe, les seules émissions significatives sont celles de gaz à effet de serre liées à la consommation d'énergie.

Afin d'évaluer les émissions de gaz à effet de serre générées directement ou indirectement sur l'ensemble du cycle de vie de ses produits, le Groupe a été le premier à appliquer la méthode du « Bilan Carbone » ; cette méthode développée par un consultant de la société Manicore a été testée par Hennessy, Parfums Christian Dior et Veuve Clicquot Ponsardin. Cet outil de mesure permet en outre de dégager les pistes d'actions les plus efficaces pour lutter contre le changement climatique.

Dans les trois cas, les résultats ont montré que les sociétés du Groupe sont plus efficaces dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre comme donneuses d'ordre, dans le

mode de transport ou dans le choix des matériaux d'emballage, plutôt qu'en tant qu'acteurs.

Les émissions de gaz à effet de serre estimées en tonne équivalent CO<sub>2</sub> (dioxyde de carbone) correspondent aux émissions issues de la consommation d'énergie des sites, définie dans le paragraphe 6.2 Elles incluent les émissions directes (combustion sur site) et les émissions indirectes (provenant de la production d'électricité utilisée par les sites).

	Tonnes équivalent CO <sub>2</sub>
Vins & Spiritueux	20 335
Parfums & Cosmétiques	14 112
Mode & Maroquinerie	17 960
Montres & Joaillerie	1 512
Distribution sélective	9 349
<b>Total</b>	<b>63 267</b>

A titre comparatif, l'industrie manufacturière en France a rejeté 106 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub> en 2000 (source CITEPA).

### 6.3.3 Émissions aquatiques

Les activités du Groupe n'ont qu'un faible impact sur la qualité de l'eau. Les seules émissions qui puissent être retenues sont les rejets dans l'eau de substances concourant à l'eutrophisation. L'eutrophisation est un phénomène caractérisé par une prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier) ; l'eutrophisation entraîne une réduction de l'oxygénation des eaux, ce qui a des conséquences néfastes sur l'environnement. Le paramètre considéré 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 du Groupe ont des conventions. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : assainissement collectif, assainissement autonome (bassin d'aération) et épandage.

(tonne/an)	DCO après traitement
Vins & Spiritueux	219
Parfums & Cosmétiques <sup>(1)</sup>	37
Mode & Maroquinerie	5
Montres & Joaillerie <sup>(2)</sup>	NA
Distribution sélective <sup>(2)</sup>	NA
<b>Total</b>	<b>261</b>

(1) donnée estimée, pas d'exigence réglementaire

(2) non applicable, pas d'exigence réglementaire

### 6.3.4 Déchets

Les quantités de déchets produits dans le Groupe, et les filières d'élimination, sont indiquées ci-dessous.

Les déchets valorisés sont des déchets dont la destination finale correspond à l'une des filières suivantes : la réutilisation, c'est-à-dire l'utilisation d'un déchet pour le même usage que celui pour lequel le produit a été initialement conçu, le recyclage, c'est-à-dire la réintroduction directe d'un déchet dans le cycle de production dont il est issu en remplacement total ou partiel d'une matière première vierge, et l'incinération avec valorisation énergétique, c'est-à-dire la récupération de l'énergie issue de la combustion du déchet sous forme d'électricité ou de chaleur.

Le terme recyclage englobe ici la valorisation organique, qui consiste en l'épandage contrôlé de déchets composés de matières organiques pour la fertilisation des sols.

	Déchets produits (tonnes)	Déchets dangereux (tonnes)	Déchets valorisés (%)	Réutilisation (%)	Recyclage (%)	Incinération avec valorisation énergétique (%)	Décharge (%)
Vins & Spiritueux	14 651	77	92	13	77	2	8
Parfums & Cosmétiques	6 815	504*	80	1	42	37	20
Mode & Maroquinerie	2 956	7	25	0	14	12	75
Montres & Joaillerie	246	19	44	0	34	35	31
Distribution sélective	4 043	5	24	0	19	6	76
<b>Total</b>	<b>28 712</b>	<b>612</b>	<b>72</b>	<b>7</b>	<b>53</b>	<b>12</b>	<b>27</b>

\* certains produits, écartés du circuit de production, sont traités dans la filière déchets dangereux pour éviter toute contrefaçon et sont donc classés comme tels.

Les programmes de tri sélectif et de recherche de nouveaux débouchés, en cours de déploiement dans les groupes d'activité Distribution sélective et Mode & Maroquinerie, devraient permettre d'atteindre dès 2003 des taux de valorisation comparables aux autres branches du Groupe.

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

Les activités Mode & Maroquinerie et Montres & Joaillerie ont mis en place courant 2002 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 liée au commerce international de certaines espèces animales et végétales en voie d'extinction.

Dans le groupe 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 ou menacées mais des plantes communément utilisées ou cultivées spécifiquement pour les besoins de l'activité.

#### 6.5 Existence au sein de la société de services internes de gestion de l'environnement, formation et information des salariés sur celui-ci, moyens consacrés à la réduction des risques pour l'environnement et organisation mise en place pour faire face aux accidents de pollution

La direction de l'environnement a été mise en place pour :

- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, basée sur la Charte LVMH (cf. paragraphe 6.6)
- assurer la veille réglementaire et technique,
- créer des outils de gestion,
- aider les sociétés 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 sociétés disposent de correspondants réunis dans la « Commission Environnement LVMH », animée par la direction de l'environnement. Ils échangent via des réunions trimestrielles et un Intranet Environnement, accessible à tous.

(en nombre d'heures)	Formation – sensibilisation du personnel
Vins & Spiritueux	4 814
Parfums & Cosmétiques	423
Mode & Maroquinerie	111
Montres & Joaillerie	40
Distribution sélective	318
<b>Total</b>	<b>5 704</b>

#### 6.6 Démarches d'évaluation ou de certification entreprises en matière d'environnement

Responsable localement, chaque société doit, conformément à la Charte Environnement LVMH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement. Elle dispose du guide d'auto-évaluation LVMH et peut, si elle le souhaite, faire certifier son système (ISO14001 ou EMAS). Dès 1998, Hennessy fut la première société au monde à recevoir cette distinction dans le secteur des Vins et Spiritueux, distinction renouvelée depuis.

#### 6.7 Mesures prises, le cas échéant, pour assurer la conformité de l'activité de la société 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 par des auditeurs internes, ce qui leur permet de tenir à jour leur plan de suivi de conformité. En 2002, 13 audits externes et 4 audits internes ont été effectués sur les sites. Les actions les plus significatives en 2002 ont été :

- séparation des réseaux d'eaux usées et pluviales sur le site historique de production de Veuve Clicquot,
- construction d'un bassin de traitement des effluents chez Domaine Chandon Australie,
- déclaration à la DRIRE dans la cadre de la construction du nouvel atelier de Louis Vuitton Malletier,
- construction d'une nouvelle usine en Suisse dans le secteur des Montres répondant aux normes environnementales.

#### 6.8 Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement

En attendant les conclusions des travaux du Conseil National de la Comptabilité sur la comptabilité environnementale,

auquel le Groupe participe, ont été considérées comme dépenses environnementales, les postes suivants :

- taxes et redevances liées à l'environnement
- dépenses de fonctionnement hors investissements
  - coût salarial
  - frais de fonctionnement des équipements (comprenant par exemple le frais de fonctionnement des dispositifs d'épuration, le coût de la gestion des déchets...)
  - coûts des analyses, mesures et contrôles
- autres coûts : conseil, communication, formation, prime d'assurances environnement...

En 2002, le montant des dépenses environnementales a été de 5 898 milliers d'euros.

Ont été considérés comme investissements, les postes suivants :

- investissements directs : prévention, mesures, dépollution,
- autres investissements : partie « environnementale » des investissements en matériels et machines, sécurité incendie si liée à l'environnement

En 2002, le montant des investissements a été de 4 333 milliers d'euros.

#### 6.9 Montant des provisions et garanties pour risques et des indemnités versées au cours de l'exercice en exécution d'une décision judiciaire

Un montant de 530 milliers d'euros a été provisionné en 2002 pour risque environnemental au titre de la remise en état d'un site industriel historique.

Il n'y a pas eu d'indemnité versée en exécution d'une décision judiciaire sur des aspects environnementaux.

#### 6.10 Objectifs que le Groupe assigne à ses filiales à l'étranger

Le Groupe demande à chaque filiale, quelle que soit sa situation géographique, d'appliquer la politique environnementale définie par la Charte LVMH, qui prévoit la mise en place d'objectifs environnementaux par chacune d'entre elles.

## VII. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

### 7.1 Champagne et Vins — Cognac et Spiritueux

La société LVMH et ses filiales sont propriétaires de vignobles en France et à l'étranger ; au 31 décembre 2002, les superficies détenues sont les suivantes :

(en hectares)	Total	dont en production :
Appellation Champagne	1 696	1 494
Appellation Cognac	252	178
Yquem	188	110
Autres vins :		
Californie (Etats-Unis)	529	323
Argentine	1 368	490
Australie, Nouvelle Zélande	749	324
Autres : Brésil, Espagne	302	83

La différence, dans le tableau ci-dessus, entre le nombre total d'hectares détenu et le nombre d'hectares réputés en production, correspond à des surfaces plantées mais non encore productives, à des surfaces non plantées ou à des surfaces non utilisables en viticulture.

Le Groupe possède également des bâtiments de bureaux et industriels, des wineries, des caves 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, Nouvelle Zélande et Espagne, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac. L'ensemble représente environ 773 000 m<sup>2</sup> en France et 137 000 m<sup>2</sup> à l'étranger.

Les bureaux des filiales de distribution du groupe d'activités Vins et Spiritueux, situés dans les plus grandes villes du monde, sont en location.

### 7.2 Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton Malletier est propriétaire, via sa filiale La Belle Jardinière, des locaux regroupant ses bureaux et ateliers au Pont Neuf à Paris, également siège de la société, soit environ 56 000 m<sup>2</sup> ; une partie de ces locaux est louée à des tiers en bureaux et surfaces commerciales ; La Belle Jardinière détient un immeuble à usage de bureaux rue du Pont Neuf à Paris, qu'elle loue à Céline.

Les magasins de détail de Louis Vuitton sont situés dans des emplacements prestigieux des plus grandes villes du monde, et sont généralement loués. Cependant, Louis Vuitton possède les murs de ses magasins de Kobé au Japon, d'Hawaii, Guam, Séoul et Sydney, et a financé par crédit-bail son magasin situé avenue Montaigne à Paris.

En 2002, le réseau de Louis Vuitton s'est accru de 7 boutiques, notamment par l'ouverture de 4 « global stores » ; le nombre total de « global stores » est désormais de 40.

Les treize usines de Louis Vuitton, détenues en propriété, se

trouvent essentiellement en France, bien que des ateliers importants soient également situés près de Barcelone en Espagne, et à San Dimas en Californie ; les entrepôts sont la propriété du Groupe en France mais sont en location à Hawaï, en Asie et en Océanie. L'ensemble en propriété représente environ 115 000 m<sup>2</sup>.

Céline est propriétaire d'un immeuble de bureaux avenue Montaigne à Paris, donné en location, et d'un local commercial rue François 1<sup>er</sup> à Paris, loué à Fendi. Les magasins de détail, situés dans les plus grandes villes du monde sont en location. Céline possède des installations de production et de distribution près de Florence en Italie, et loue des entrepôts à Hong Kong.

Les emplacements des boutiques de Loewe sont loués, à l'exception de la boutique de l'avenue Montaigne à Paris dont LVMH est propriétaire. Les ateliers de Barcelone, Villaverde, et Getafe en Espagne, qui fabriquent les produits Loewe et des accessoires pour d'autres marques du Groupe, sont en location. Le siège social situé à Madrid est également en location.

Fendi est propriétaire de son site de production près de Florence en Italie. Les fonctions administratives et marketing sont regroupées dans un immeuble situé à Rome, financé par crédit bail. Les boutiques exploitées par Fendi dans le monde sont en location.

Berluti loue ses magasins ; Stefanobi est propriétaire d'une usine de production de souliers à Ferrara en Italie.

Kenzo, Givenchy Couture et Christian Lacroix louent leurs sièges sociaux, leurs ateliers à Paris et leurs magasins dans le monde.

Kenzo loue des installations de distribution près de Tours en France, qui desservent à la fois les activités de mode de Kenzo, de Christian Lacroix, de Céline et de Givenchy.

L'ensemble des locaux utilisés par Thomas Pink, à la fois les bureaux et entrepôts de Londres et les boutiques dans le monde, est en location.

### 7.3 Parfums et Cosmétiques

Les installations de fabrication et de distribution de Parfums Christian Dior sont situées sur un terrain qui appartient à la Société près d'Orléans en France.

En outre, Parfums Christian Dior occupe un immeuble de bureaux, siège de la société, dans le centre de Paris, financé par crédit-bail.

Parfums Christian Dior possède également des bureaux en Allemagne, en Espagne et en Italie, et loue des bureaux et des entrepôts dans de nombreuses villes dans le monde.

Les deux centres de production de Guerlain sont situés sur des terrains appartenant à la Société à Orphin et Chartres en France ; le siège social à Levallois près de Paris est en location.

Parfums Givenchy a établi son siège social dans des locaux en location à Levallois, près de Paris, et possède deux usines à Beauvais et à Vervins, en France ; cette dernière unité produit des lignes de produits Givenchy et Kenzo.

En outre, Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy louent ensemble des bureaux et des installations de distribution et de vente à New York, Tokyo, Londres et dans d'autres pays à travers le monde.

La Brosse et Dupont est propriétaire de cinq usines en France, et en loue cinq autres en France et une en Espagne. La société exploite en outre cinq sites de distribution en France, dont quatre sont en location. Des bureaux sont loués en France, dans divers pays européens et à Hong Kong.

Bliss loue des bureaux et un local où est situé un spa à New York.

BeneFit Cosmetics loue l'emplacement de ses bureaux en Californie.

Le siège social de Make Up For Ever situé en région parisienne est financé par crédit bail ; les emplacements des boutiques sont en location.

### 7.4 Montres et Joaillerie

TAG Heuer loue ses ateliers et ses entrepôts en Suisse à La Chaux-de-Fonds et à Saint-Imier, ainsi que des locaux à usage de bureaux, dont son siège social, à Neuchâtel. TAG Heuer loue également des bureaux et des installations de distribution aux États Unis, au Canada, en Asie, en Australie et dans plusieurs pays européens ; sa filiale Cortech, fabricant de boîtiers, est propriétaire des ateliers et locaux de bureaux à Cornol en Suisse.

Ebel possède un ensemble d'immeubles à La Chaux-de-Fonds à usage industriel, d'entrepôts et de bureaux ainsi qu'un centre de réception « La Villa Turque ». La société possède également un immeuble locatif à Bâle.

Zénith est propriétaire de l'usine où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle en Suisse. Les entrepôts et locaux commerciaux situés en Europe sont loués.

Chaumet loue ses bureaux à Paris, ainsi que les murs de ses boutiques et les bureaux de ses filiales dans le monde.

Fred Joaillier loue ses surfaces de bureaux à Paris, ainsi que des emplacements de magasins en France, à Monaco, et aux États-Unis et au Japon.

Les Ateliers Horlogers louent leur usine de la Chaux-de-Fonds en Suisse.

Omas possède un immeuble situé à Bologne en Italie, regroupant le siège social de la société et l'activité de fabrication des stylos.

### 7.5 Distribution sélective

Le Bon Marché est propriétaire de trois immeubles à Paris, abritant bureaux et commerces d'une surface d'environ 85 000 m<sup>2</sup> ; une partie de ces immeubles est louée à des tiers. Le Bon Marché est par ailleurs locataire d'installations de stockage à Bagneux.

Franck & Fils est propriétaire de deux immeubles à Paris exploités en magasins, et dont une partie est louée à des tiers en appartements.

La Samaritaine est propriétaire de plusieurs immeubles à Paris, abritant bureaux et commerces représentant 129 000 m<sup>2</sup> environ ; une partie de ces immeubles est louée à des tiers. La Samaritaine est par ailleurs propriétaire d'installations de stockage à Marne La Vallée près de Paris.

Sephora loue ses bureaux près d'Orléans, à Paris et à San Francisco aux États-Unis ; dans les pays où Sephora est implantée, les entrepôts et les magasins sont en location.

DFS loue ses surfaces de bureaux, à l'exception des bureaux occupés à Guam, dont DFS a la propriété. Les magasins gérés par DFS sont généralement en location, à l'exception des magasins de Waïkiki (Hawaii), de Guam (Tumon Bay Galleria) et de Saïpan, propriétés de DFS.

LVMH possède un immeuble à Saïpan à vocation commerciale, et un immeuble à Guam dans lequel sont exercées des activités de loisir.

### 7.6 Autres activités

D.I. Group loue ses bureaux à Paris ; la société SID Éditions, loue des bureaux à Paris et Poitiers ; Radio Classique loue ses bureaux à Paris.

Tajan loue un immeuble rue des Mathurins à Paris « L'espace Tajan », regroupant les bureaux de la société, mais également utilisé pour les ventes aux enchères.

LVMH est propriétaire de deux immeubles à New York sur 57<sup>th</sup> Street ; l'un abrite les bureaux américains de Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Parfums Kenzo, Céline, Louis Vuitton ; l'autre accueillera un magasin Louis Vuitton et des bureaux.

Le siège social de l'avenue Hoche à Paris a été cédé à la fin de l'exercice 2002 ; il est remplacé par deux immeubles de bureaux en location, avenue Montaigne à Paris, et avenue Edouard Vaillant à Boulogne Billancourt.

## VIII. 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.

### Concernant le litige opposant LVMH à Morgan Stanley :

Par assignation en date du 30 octobre 2002, LVMH a engagé une action contre Morgan Stanley devant le Tribunal de Commerce de Paris, pour obtenir réparation du préjudice, estimé à 100 millions d'euros, causé par les fausses mentions et les biais des analyses et publications diffusées par cette banque contre LVMH.

Après s'être vu impartir de présenter ses défenses et moyens pour l'audience du 3 mars 2003, la banque Morgan Stanley a prétendu ne pas pouvoir conclure tant qu'elle n'aurait pas reçu communication, de la part de LVMH, de toutes pièces en sa possession. LVMH ayant spontanément produit aux débats les pièces venant au soutien de son assignation, l'exception de procédure ainsi soulevée par Morgan Stanley est, selon les spécialistes consultés, formellement contraire aux principes de la procédure civile française. L'incident sera évoqué devant le juge rapporteur le 1<sup>er</sup> avril 2003 et une nouvelle date sera fixée pour impartir à Morgan Stanley de conclure. Les plaidoiries pourraient intervenir dans un délai de 9 à 18 mois, pour un jugement quelques semaines plus tard.

Voir également le paragraphe III de ce rapport « Facteurs de risques liés à l'activité » pour la lutte contre la contrefaçon, et la distribution des produits du groupe dans des réseaux dits « parallèles ».

A la connaissance de la société, il n'existe pas d'autre litige, arbitrage ou fait exceptionnel susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité et le patrimoine de la société ou du groupe pris dans son ensemble.

## IX. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS A LA CLÔTURE

Au premier trimestre 2003, LVMH a porté sa participation dans Fendi à 84 %, par acquisition de titres représentant 17,2 % du capital pour un montant de 190 millions d'euros.

En février 2003, LVMH a :

- cédé sa participation de 36 % dans Michaël Kors pour un montant de 13,9 millions de dollars ;
- cédé sa participation résiduelle de 27,5 % dans Phillips, pour 1 dollar US symbolique, cette opération n'ayant pas d'effets complémentaires à ceux déjà comptabilisés sur 2002 ;
- porté sa participation dans Rossimoda de 45 % à 97 %, pour un montant de 32,5 millions d'euros.

## X ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

A fin mars 2003, le chiffre d'affaires s'élève à 2 803 millions d'euros, soit une progression de 6 % par rapport à fin mars 2002, à structure et taux de change comparables.

Cette croissance organique se retrouve au niveau du résultat opérationnel, dont la progression est supérieure aux objectifs budgétaires. Ceci est dû en particulier à l'exceptionnel succès de Louis Vuitton, qui affiche une hausse en volume à deux chiffres pendant ce trimestre ; en outre, les effets de change défavorables en termes de chiffre d'affaires sont compensés au niveau du résultat opérationnel par les effets des couvertures de change.

L'activité Champagne et Vins, après une croissance de plus de 30 % sur la même période en 2001, affiche de nouveau une progression organique en 2003 ; les volumes en cognac sont notamment en progression sensible aux Etats-Unis.

Dans les activités de Mode et Maroquinerie, Louis Vuitton continue de gagner des parts de marché et a inauguré en mars son premier magasin à New Delhi, en Inde.

Au sein du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques, Christian Dior est en progression sensible, notamment en raison du succès de la dernière gamme de soins. L'augmentation du chiffre d'affaires du groupe d'activités au premier trimestre 2003 est de 6 %.

Dans la Distribution sélective, DFS a mis en œuvre un ensemble de mesures visant à adapter sa structure de coût à la faiblesse du tourisme mondial. Sephora reste sur les mêmes tendances favorables observées l'an dernier, avec en particulier une croissance à deux chiffres des ventes aux Etats-Unis, à magasins comparables.

Par groupe d'activités, l'évolution du chiffre d'affaires à fin mars est la suivante :

(en millions d'euros)	2003	2002	Variation en % en devises :	
			courantes	constantes
Vins & Spiritueux	407	457	(11)	3
Mode & Maroquinerie	1 068	1 081	(1)	11
Parfums & Cosmétiques	486	499	(3)	6
Montres & Joaillerie	97	122	(20)	(12)
Distribution sélective	745	780	(5)	7
Autres activités et éliminations	–	17	NS	NS
<b>Total</b>	<b>2 803</b>	<b>2 956</b>	<b>(5)</b>	<b>6</b>

Dans un contexte géopolitique instable, le Groupe continue à concentrer ses efforts sur le développement de ses grandes marques. En restant attentif à l'évolution de la situation économique mondiale, LVMH accélère les actions visant à améliorer la rentabilité et à gagner des parts de marché.

La répartition géographique des activités, la force des marques du Groupe, la motivation des équipes, la politique d'innovation et la qualité de ses produits devraient permettre à LVMH de renforcer en 2003 son leadership sur le marché mondial du luxe, et de confirmer l'objectif d'une progression sensible du résultat opérationnel, avec une priorité donnée à la génération de cash.

# BOURSE

## 1. MARCHÉ DE L'ACTION LVMH

Les actions de la société sont cotées sur le Premier marché d'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 le Monep à Paris.

LVMH a mis fin à son programme de cotation d'ADR à New York ainsi qu'à sa cotation à Bruxelles, en raison des volumes quotidiens extrêmement faibles traités sur ces marchés.

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.

A fin décembre, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 19,2 milliards d'euros ce qui permet à LVMH d'occuper le onzième rang de la place de Paris.

529 647 364 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2002 pour un montant total de 25,2 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 2 077 048 titres.

Nombre de titres et capitaux échangés à la Bourse de Paris et évolution des cours depuis dix-huit mois:

		Cours d'ouverture premier jour (EUR)	Cours de clôture dernier jour (EUR)	Cours le plus haut (EUR)	Cours le plus bas (EUR)	Nombre de titres échangés	Capitaux échangés (Md EUR)
2001	OCTOBRE	35,75	39,17	45,3	31,02	51 444 434	1,96
	NOVEMBRE	38,75	45,33	50	38,3	48 770 423	2,15
	DÉCEMBRE	45	45,7	50,15	42,75	26 593 666	1,22
2002	JANVIER	45,68	46,7	49,88	42,15	41 413 964	1,91
	FÉVRIER	46,4	54	54,9	42,99	39 544 661	1,93
	MARS	53,45	58,4	61,60	53,40	44 938 980	2,62
	AVRIL	57,9	58,05	59,00	53,30	36 108 829	2,04
	MAI	58,25	56,75	61,55	56,10	42 823 935	2,53
	JUIN	56,3	51	57,85	45,55	49 545 003	2,54
	JUILLET	50,05	45,1	51,70	38,50	59 085 236	2,61
	AOÛT	45,10	42,47	47,40	38,15	38 404 414	1,65
	SEPTEMBRE	42,4	36,9	44,70	35,51	45 546 962	1,83
	OCTOBRE	36,9	45,33	46,05	31,61	54 536 984	2,15
	NOVEMBRE	44,8	47,4	48,50	40,08	39 026 442	1,75
	DÉCEMBRE	47,74	39,15	49,46	38,60	38 671 954	1,66
2003	JANVIER	38,94	39,38	41,90	35,25	52 108 794	1,97
	FÉVRIER	39,99	38,32	40,94	36,29	33 287 231	1,28
	MARS	38,51	36,16	43,45	35,63	55 344 476	2,18

## 2. PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par l'Assemblée Générale du 15 mai 2002 et visé par la COB en date du 25 avril 2002 sous le numéro 02-453, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2002, les cessions réalisées par LVMH SA, nettes des achats, ont représenté 14 143 571 actions.

### 3. MARCHÉ DES OBLIGATIONS LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton en vie au 31 décembre 2002, font l'objet d'une cotation en bourse celles décrites ci-après. Leurs caractéristiques sont détaillées en note 17 de l'annexe aux comptes consolidés.

#### 3.1 Obligations cotées à Paris

Devise	Encours (en devise)	Emission	Taux d'intérêt
EUR	130 000 000	2001	variable
EUR	500 000 000	2001	6,125 %*
EUR	600 000 000	2000	5,75 %*
EUR	40 000 000	2000	variable
EUR	800 000 000	1999	5 %*
EUR	71 338 000	1998	indexée*

\* Obligations également cotées à Luxembourg

#### 3.2 Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Emission	Taux d'intérêt
EUR	10 000 000	2002	variable
EUR	10 000 000	2002	variable
EUR	8 000 000	2002	0 %
EUR	50 000 000	2002	variable
JPY	3 000 000 000	2002	variable
JPY	500 000 000	2002	0,655 %
JPY	1 000 000 000	2002	0,22 %
JPY	2 000 000 000	2002	0,23 %
JPY	3 500 000 000	2002	0,25 %
JPY	3 300 000 000	2002	0,25 %
EUR	850 000 000	2001	5,375 %
EUR	55 000 000	2001	variable
JPY	1 500 000 000	2001	0,95 %
JPY	1 100 000 000	2001	variable
JPY	1 000 000 000	2001	variable
EUR	30 000 000	2000	variable

#### 3.3 Obligations cotées à Singapour

Devise	Encours (en devise)	Emission	Taux d'intérêt
SGD	125 000 000	2001	4 %

### 4 DIVIDENDE

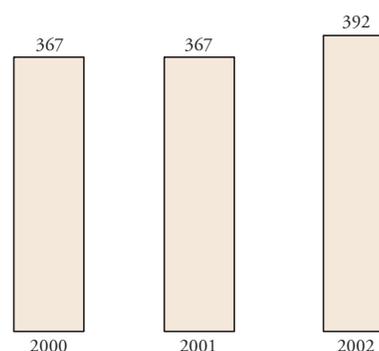
Il est proposé de distribuer un dividende de 0,80 euro par action au titre de l'exercice 2002, soit une hausse de 6,7 % par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2001.

Le dividende global, y compris l'avoir fiscal de 0,40 euro, représentera un revenu de 1,20 euro versé aux 489 937 410 actions composant le capital social.

La distribution totale de LVMH s'élèvera ainsi à 392 millions d'euros au titre de l'exercice 2002, compte non tenu des actions auto-détenues. La distribution au titre de l'exercice 2001 avait représenté un montant de 367 millions d'euros.

#### Dividendes mis en distribution

(en millions d'euros)



#### HISTORIQUE DES DIVIDENDES VERSÉS AU TITRE DES EXERCICES 1998 À 2002 <sup>(1)</sup>

Année	Dividende net (EUR)	Avoir fiscal (EUR)	Total (EUR)
2002	0,80	0,40	1,20
2001	0,75	0,375	1,125
2000	0,75	0,375	1,125
1999	0,68	0,34	1,02
1998	0,618	0,309	0,927

(1) Chiffres ajustés pour tenir compte de l'attribution gratuite du 21 juin 1999 et de la division par cinq du nominal du 3 juillet 2000.

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.

## 5. ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL

Nombre d'actions au 31 décembre 2001	489 901 115
Actions émises par exercice d'options de souscription	36 295
Nombre d'actions au 31 décembre 2002	489 937 410

## 6. PERFORMANCE PAR ACTION\*

(en euros)	2000	2001	2002
Résultat net dilué	1,49	0,02	1,14
Résultat net courant	1,75	0,68	1,67
Dividende Global (net + avoir fiscal)	1,125	1,125	1,20
Progression / année précédente (*)	10,3%	–	6,7%
Cours le plus haut (*)	98,70	75,50	61,60
Cours le plus bas (*)	66,50	28,40	31,61
Cours au 31 décembre (*)	70,50	45,70	39,15
Progression / année précédente	-21 %	-35 %	-14 %

(\*) Ajustée des effets de la division par cinq du nominal du 3 juillet 2000.

# CHIFFRES CLÉS

(en millions d'euros)	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Principaux chiffres consolidés</b>					
• Chiffre d'affaires	6 936	8 547	11 581	12 229	12 693
Résultat opérationnel	1 184	1 547	1 959	1 560	2 008
Résultat avant impôts	1 013	1 435	1 692	667	1 317
Résultat net courant – part du Groupe <sup>(1)</sup>	525	738	846	334	818
Résultat net – part du Groupe	267	693	722	10	556
• Actif circulant	5 622	7 740	10 192	9 552	7 927
Capital	136	147	147	147	147
Capitaux propres – part du Groupe <sup>(2)</sup>	6 316	6 704	7 031	6 901	7 070
Total des capitaux propres <sup>(2)</sup>	7 180	7 781	8 512	8 701	8 842
Dettes à moins d'un an	6 033	8 374	9 562	8 026	6 601
Emprunts et dettes financières à plus d'un an	1 425	3 085	3 498	5 402	4 554
Total du bilan	16 294	20 734	23 192	23 832	21 417
• Capacité d'autofinancement	481	1 051	1 214	919	1 518

(en euros)

<b>Résultats consolidés par action</b>					
Résultat net courant <sup>(1) (3)</sup>	1,09	1,53	1,75	0,68	1,67
Résultat net <sup>(3)</sup>	0,55	1,43	1,49	0,02	1,14
Résultat net (après dilution)	0,55	1,43	1,49	0,02	1,14

**Dividende par action <sup>(3) (4)</sup>**

Acompte	0,18	0,20	0,22	0,22	0,22
Solde	0,44	0,48	0,53	0,53	0,58
Dividende	0,62	0,68	0,75	0,75	0,80

(1) Le résultat net courant est le résultat net avant amortissement des écarts d'acquisition et éléments inhabituels.

(2) Avant affectation du résultat.

(3) Le nombre d'actions utilisé pour le calcul du résultat par action a été ajusté pour tenir compte rétroactivement de l'attribution d'actions gratuites de juin 1999 (1 action nouvelle pour dix actions détenues à cette date), et de la division par cinq de la valeur nominale de l'action de juillet 2000.

(4) Hors avoir fiscal.

# COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ – EXERCICE 2002

(en millions d'euros, sauf résultats par action exprimés en euros)	NOTES	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires</b>	21	<b>12 693</b>	<b>12 229</b>	<b>11 581</b>
Coût des ventes		(4 563)	(4 654)	(4 221)
<b>Marge brute</b>		<b>8 130</b>	<b>7 575</b>	<b>7 360</b>
Charges commerciales		(4 705)	(4 568)	(4 206)
Charges administratives		(1 417)	(1 447)	(1 195)
<b>Résultat opérationnel</b>	21	<b>2 008</b>	<b>1 560</b>	<b>1 959</b>
Frais financiers nets	23	(294)	(459)	(421)
Dividendes de participations non consolidées		8	21	45
Autres produits et charges nets		(405)	(455)	109
<b>Résultat avant impôts</b>		<b>1 317</b>	<b>667</b>	<b>1 692</b>
Impôts sur les bénéfices	25	(350)	(192)	(633)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	6	(18)	(42)	(34)
<b>Résultat net courant</b>		<b>949</b>	<b>433</b>	<b>1 025</b>
Amortissement des écarts d'acquisition	26	(262)	(168)	(141)
Part des intérêts minoritaires	15	(131)	(99)	(179)
Éléments inhabituels nets	27	–	(156)	17
<b>Résultat net comptable – part du Groupe</b>		<b>556</b>	<b>10</b>	<b>722</b>
<b>Résultat net comptable</b>		<b>687</b>	<b>100</b>	<b>964</b>
<b>Résultat net courant – part du Groupe</b>		<b>818</b>	<b>334</b>	<b>846</b>
<b>Résultat net courant par action</b>		<b>1,67</b>	<b>0,68</b>	<b>1,75</b>
<b>Résultat net par action</b>		<b>1,14</b>	<b>0,02</b>	<b>1,49</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul <sup>(1)</sup>		488 852 554	488 064 659	484 800 930
<b>Résultat net courant par action après dilution</b>		<b>1,67</b>	<b>0,68</b>	<b>1,75</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul <sup>(1)</sup>		488 852 554	488 072 374	484 886 474

(1) Le nombre d'actions retenu a été ajusté pour tenir compte rétroactivement de la division par cinq de la valeur nominale de l'action intervenue en juillet 2000.

# BILAN CONSOLIDÉ AU 31 DÉCEMBRE 2002

ACTIF (en millions d'euros)	NOTES	2002	2001	2000
<b>Actif immobilisé</b>				
Marques et autres immobilisations incorporelles		4 546	4 587	3 594
Dépréciations et amortissements		(347)	(279)	(179)
	3	4 199	4 308	3 415
<b>Ecart d'acquisition</b>				
Amortissements		(1 371)	(1 254)	(635)
	4	3 631	3 516	3 842
<b>Immobilisations corporelles</b>				
Amortissements		(2 531)	(2 421)	(1 992)
	5	3 850	4 208	3 367
<b>Autres immobilisations</b>				
Titres mis en équivalence	6	68	77	21
Autres titres de participation	7	869	1 386	1 892
Actions LVMH	11	362	318	156
Autres immobilisations financières		511	467	307
		1 810	2 248	2 376
<b>Total de l'actif immobilisé</b>		<b>13 490</b>	<b>14 280</b>	<b>13 000</b>
<b>Actif circulant</b>				
Stocks et en-cours	8	3 427	3 655	3 382
Créances clients et comptes rattachés	9	1 327	1 538	1 638
Autres créances et charges payées d'avance	10	1 202	1 352	1 596
Impôts différés à moins d'un an – nets	25	555	544	266
Actions LVMH	11	544	1 046	1 289
Valeurs mobilières de placement	12	60	622	1 326
Disponibilités	12	812	795	695
		7 927	9 552	10 192
<b>Total de l'actif circulant</b>		<b>7 927</b>	<b>9 552</b>	<b>10 192</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>21 417</b>	<b>23 832</b>	<b>23 192</b>

PASSIF (en millions d'euros)	NOTES	2002		2001	2000
		avant affectation	après affectation	avant affectation	avant affectation
<b>Capitaux propres</b>					
Capital		147	147	147	147
Primes		1 736	1 736	1 736	1 735
Réserves		4 956	5 120	5 249	4 660
Acompte sur dividende		(103)	–	(101)	(100)
Ecart de conversion		(222)	(222)	(140)	(133)
Résultat de l'exercice		556	–	10	722
<b>Capitaux propres – part du groupe</b>		<b>7 070</b>	<b>6 781</b>	<b>6 901</b>	<b>7 031</b>
Intérêts minoritaires	15	1 772	1 772	1 800	1 481
<b>Total capitaux propres</b>		<b>8 842</b>	<b>8 553</b>	<b>8 701</b>	<b>8 512</b>
<b>Impôts différés à plus d'un an – nets</b>	25	<b>125</b>	<b>125</b>	<b>169</b>	<b>110</b>
<b>Dettes à plus d'un an</b>					
Titres à Durée Indéterminée (TDI)	16	222	222	284	346
Autres emprunts et dettes financières	17	4 554	4 554	5 402	3 498
Autres passifs à plus d'un an	18	1 073	1 073	1 250	1 164
<b>Total des dettes à plus d'un an</b>		<b>5 849</b>	<b>5 849</b>	<b>6 936</b>	<b>5 008</b>
<b>Dettes à moins d'un an</b>					
Part à moins d'un an des emprunts et dettes financières	17	274	274	238	235
Autres dettes financières	19	2 304	2 304	3 765	5 333
Fournisseurs et comptes rattachés		1 429	1 429	1 401	1 305
Impôts sur les résultats		61	61	–	318
Autres passifs à moins d'un an	20	2 533	2 822	2 622	2 371
<b>Total des dettes à moins d'un an</b>		<b>6 601</b>	<b>6 890</b>	<b>8 026</b>	<b>9 562</b>
<b>Total du passif</b>		<b>21 417</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>	<b>23 192</b>

# VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS – PART DU GROUPE

(avant affectation des résultats) (en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Réserves	Ecarts de conversion	Capitaux propres
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2000</b>	<b>97 957 650</b>	<b>147</b>	<b>1 734</b>	<b>4 946</b>	<b>(123)</b>	<b>6 704</b>
Dividendes au titre de 1999 : – solde				(222)		(222)
– précompte				(1)		(1)
Actions LVMH <sup>(1)</sup>				(62)		(62)
Levées d'options de souscription d'actions	26 587		1			1
Division du nominal par cinq	391 874 108					–
Résultat net – part du Groupe				722		722
Dividendes au titre de 2000 : acompte				(101)		(101)
Ecarts de conversion					(10)	(10)
<b>Au 31 décembre 2000</b>	<b>489 858 345</b>	<b>147</b>	<b>1 735</b>	<b>5 282</b>	<b>(133)</b>	<b>7 031</b>
Dividendes au titre de 2000 : – solde				(244)		(244)
– précompte						–
Actions LVMH <sup>(1)</sup>				211		211
Levées d'options de souscription d'actions	42 770		1			1
Résultat net – part du Groupe				10		10
Dividendes au titre de 2001 : acompte				(101)		(101)
Ecarts de conversion					(7)	(7)
<b>Au 31 décembre 2001</b>	<b>489 901 115</b>	<b>147</b>	<b>1 736</b>	<b>5 158</b>	<b>(140)</b>	<b>6 901</b>
Dividendes au titre de 2001 : – solde				(246)		(246)
– précompte						–
Actions LVMH <sup>(1)</sup>				44		44
Levées d'options de souscription d'actions	36 295					–
Résultat net – part du Groupe				556		556
Dividendes au titre de 2002 : acompte				(103)		(103)
Ecarts de conversion					(82)	(82)
<b>Au 31 décembre 2002</b>	<b>489 937 410</b>	<b>147</b>	<b>1 736</b>	<b>5 409</b>	<b>(222)</b>	<b>7 070</b>

(1) voir Principes Comptables Note 1.11

Le nombre d'actions comptabilisées en déduction des capitaux propres aux 31 décembre 2002, 2001 et 2000 s'élevaient respectivement à 370 000, 1 323 142, et 5 234 790 soit, en valeur, 16 millions d'euros en 2002, 103 et 301 millions d'euros en 2001 et 2000.

# TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>			
Résultat net – part du Groupe	556	10	722
Part des intérêts minoritaires	131	90	242
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence, nette des dividendes reçus	17	46	36
Dépréciations et amortissements des actifs immobilisés et charges à répartir	1 019	1 356	635
Variation des autres provisions	(386)	658	(267)
Variation des impôts différés	(142)	(304)	35
Plus ou moins-values de cessions d'actifs et d'actions LVMH	323	(937)	(189)
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>1 518</b>	<b>919</b>	<b>1,214</b>
Variation des stocks et en-cours	33	(358)	(190)
Variation des créances clients et comptes rattachés	64	128	(54)
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	82	(25)	98
Variation des autres créances et dettes	257	(90)	(209)
<b>VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>436</b>	<b>(345)</b>	<b>(355)</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>	<b>1 954</b>	<b>574</b>	<b>859</b>
<b>II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(80)	(80)	(63)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(479)	(904)	(794)
Cession d'actifs immobilisés non financiers	177	149	86
Acquisitions de titres de participation	(92)	(445)	(399)
Reclassement entre titres de participation et valeurs mobilières de placement	–	(677)	817
Cession de titres de participation non consolidés	92	2 122	1 195
Variation des autres immobilisations financières	(182)	(431)	(119)
Incidences des variations du périmètre de consolidation	(160)	(628)	(547)
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>	<b>(724)</b>	<b>(894)</b>	<b>176</b>
<b>III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>			
Augmentations de capital en numéraire	13	38	11
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	516	(13)	(339)
Dividendes (y compris précompte) et acomptes versés dans l'exercice par LVMH	(349)	(343)	(322)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice aux minoritaires des filiales consolidées	(23)	(171)	(70)
Emissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	523	2 469	2 256
Remboursements d'emprunts et dettes financières	(2 408)	(2 294)	(1 286)
Variation des valeurs mobilières de placement cotées	182	880	(1 071)
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>	<b>(1 546)</b>	<b>566</b>	<b>(821)</b>
<b>IV. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION</b>	<b>(18)</b>	<b>2</b>	<b>(22)</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>(334)</b>	<b>248</b>	<b>192</b>
<b>TRÉSORERIE A L'OUVERTURE DE L'EXERCICE</b>	<b>878</b>	<b>630</b>	<b>438</b>
<b>TRÉSORERIE A LA CLÔTURE DE L'EXERCICE</b>	<b>544</b>	<b>878</b>	<b>630</b>
Opérations sans incidence sur les variations de la trésorerie :			
– augmentation de capital par conversion d'obligations	–	–	–
– investissements en crédit-bail	3	16	7

La variation de trésorerie analyse les mouvements d'un exercice sur l'autre des disponibilités (sous déduction des découverts bancaires) et des quasi-disponibilités constituées des placements pouvant être rendus immédiatement liquides, à l'exclusion à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2001 des valeurs mobilières de placement cotées. Les chiffres des périodes précédentes ont été retraités afin d'assurer la comparabilité des données présentées.

La réconciliation entre le montant de la trésorerie à la clôture de l'exercice, telle qu'elle apparaît dans le tableau de variation de trésorerie, et les postes de trésorerie du bilan est présentée en Note 12.



# ANNEXE AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

## 1. PRINCIPES COMPTABLES

### 1.1 Général

Les comptes du groupe LVMH sont établis en conformité avec les principes comptables français, définis par la loi du 3 janvier 1985 et le Règlement 99-02 du Comité de Réglementation Comptable publié le 22 juin 1999 ; l'application de ce règlement, à compter de l'exercice 2000, n'a pas eu d'impact significatif sur les capitaux propres et le résultat du Groupe.

Bien que n'étant plus coté au NASDAQ, LVMH reste enregistré auprès de la Securities and Exchange Commission (SEC) ; à ce titre, est préparé chaque année un tableau de rapprochement entre les résultat et capitaux propres en normes comptables françaises et ceux qui résulteraient de l'application des règles comptables américaines, qui figure dans le document 20F remis à la SEC – voir Note 33 – Retraitements US GAAP.

### 1.2 Méthodes de consolidation

Les filiales dans lesquelles le Groupe exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif sont consolidées par intégration globale.

Les sociétés sous contrôle conjoint sont consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

Les filiales de distribution constituant des joint-ventures avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part de leurs bilan et compte de résultat correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.17).

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont consolidées par mise en équivalence.

### 1.3 Méthodes de conversion, couverture des risques de change et de taux d'intérêt

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 fin d'exercice pour les postes du bilan ;
- aux cours moyens de l'exercice 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 ».

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 du 31 décembre ; les pertes et gains de change non réalisés résultant de cette conversion sont enregistrés au compte de résultat, à moins

qu'ils ne résultent de la conversion d'emprunts en devises ou autres instruments affectés à la couverture d'investissements à long terme dans la même devise : ils sont dans ce cas inscrits en capitaux propres, en « écarts de conversion ».

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 enregistrées au compte de résultat, à moins qu'ils ne proviennent d'opérations de financement intra groupe à long terme pouvant être assimilées à des quasi-titres de participation : ils sont dans ce cas inscrits en capitaux propres, en « écarts de conversion ».

Les contrats de change à terme et les options de change sont réévalués aux cours du 31 décembre ; les pertes et gains non réalisés résultant de cette réévaluation sont :

- enregistrés au compte de résultat en compensation des gains ou pertes de change latents sur les actifs ou passifs couverts par ces instruments ;
- différés si ces instruments sont affectés à la couverture d'opérations de l'exercice suivant ;
- pris en résultat s'ils ne sont pas affectés.

Les pertes et gains de change non réalisés différés sont enregistrés en « Autres créances » et « Autres dettes ».

Les différences de change résultant de couvertures portant sur un sous-jacent commercial sont comptabilisées en résultat opérationnel, en compensation du résultat de change lié à ce sous-jacent, à l'exception du déport/report sur opérations à terme, comptabilisé prorata temporis en résultat financier. L'effet des couvertures de change à sous-jacent financier est comptabilisé en résultat financier.

Les charges et produits générés par les contrats de couverture de taux d'intérêt (swaps de taux, CAP, FRA, collars ...) sont enregistrés en résultat prorata temporis sur la durée des contrats.

### 1.4 Marques et autres immobilisations incorporelles

Seules les marques acquises, individualisables et de notoriété reconnue sont inscrites à l'actif, à la valeur déterminée lors de leur acquisition ; cette valeur ne donne pas lieu à amortissement.

Les frais engagés pour créer une marque nouvelle ou développer une marque existante sont enregistrés en charges.

Les immobilisations incorporelles autres que les marques sont amorties sur la durée probable de leur utilisation :

- Droits au bail, pas de porte durée du bail
- Logiciels 1 à 5 ans

Lorsque la valeur comptabilisée pour une marque devient durablement supérieure à sa valeur actuelle, telle que déterminée selon les méthodes décrites en Note 3, une provision pour dépréciation est enregistrée pour le montant de la différence.

### 1.5 Écarts d'acquisition et actifs incorporels assimilés

Les écarts d'acquisition représentent la différence entre le prix d'acquisition des titres de sociétés consolidées, et la part du Groupe dans leur actif net à la date d'acquisition. Ce calcul s'effectue après prise en compte des retraitements d'harmonisation avec les principes comptables du Groupe, et réévaluation des éléments d'actif et de passif dont la valeur réelle diffère de la valeur comptable à cette date.

La valeur de certains actifs incorporels tels les enseignes, parts de marché, fonds de commerce ou droits de distribution n'est pas dissociée du montant de l'écart d'acquisition.

A compter des variations de périmètre de l'exercice 2000, les écarts d'acquisition ont été comptabilisés dans la devise d'opérations de la société acquise ; ils étaient jusqu'à cette date comptabilisés en euros.

Les durées d'amortissement des écarts d'acquisition, comprises entre 5 et 40 ans, sont fonction de l'estimation de leur pérennité lors de la première consolidation ; cette estimation se fait par référence à la place de la société acquise sur son marché, en termes notamment de positionnement, d'ancienneté et d'implantation géographique.

Les fonds de commerce acquis dans le cadre de la réglementation française sont amortis sur une durée ne pouvant excéder 18 ans.

Lorsque la valeur comptabilisée pour un écart d'acquisition devient durablement supérieure à sa valeur actuelle, telle que déterminée selon les méthodes décrites en Note 3, un amortissement exceptionnel est enregistré pour le montant de la différence.

### 1.6 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur prix d'acquisition, hors réévaluations postérieures, y compris le cas échéant les frais financiers supportés pendant la période précédant la mise en exploitation.

Les actifs acquis sous forme de crédit-bail, ou de location de longue durée sont immobilisés sur la base de la valeur actuelle des loyers futurs.

Les immobilisations sont amorties linéairement sur leur durée d'utilisation économique estimée :

- Constructions 20 à 50 ans
- Installations techniques, matériel et outillage 3 à 20 ans
- Agencements de magasins 3 à 10 ans
- Vignobles 18 à 25 ans

Les frais de constitution des vignobles, jusqu'à ce que ceux-ci soient productifs (généralement 3 ans), sont enregistrés en immobilisations en cours.

### 1.7 Titres de participations non consolidées

Les participations non consolidées sont comptabilisées à leur prix d'acquisition.

En cas de différence jugée permanente entre la valeur d'utilité pour le Groupe de l'une de ces participations, et leur valeur comptable, il est constitué une provision pour dépréciation du montant de cette différence.

La valeur d'utilité des participations est mesurée sur la base de critères tels la valeur de la quote-part du Groupe dans l'actif net, la valeur boursière ou les perspectives de rentabilité et de cash-flows ; ces critères sont pondérés par les effets de la détention de ces participations pour le Groupe en termes de stratégie, ou de synergies avec les activités existantes.

### 1.8 Stocks et en-cours

Les produits sont comptabilisés à leur prix de revient, hors frais financiers, sans que celui-ci puisse excéder la valeur nette de réalisation ; le prix de revient est constitué du coût de production (produits finis) ou du prix d'achat, majoré des frais accessoires (matières premières, marchandises).

Les stocks sont valorisés, 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. Ceux-ci sont néanmoins classés en actifs circulants selon l'usage dans cette profession.

### 1.9 Créances clients et autres créances

Les créances sont comptabilisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est constituée lorsque leur valeur d'inventaire, basée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à la valeur comptabilisée.

### 1.10 Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont évaluées à leur prix d'acquisition, ou à leur valeur de marché si celle-ci est inférieure.

Les parts de Fonds Communs de Placement, SICAV de trésorerie et valeurs assimilées sont évaluées à leur valeur liquidative publiée.

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) ou au prix moyen pondéré.

### 1.11 Actions LVMH

Les actions LVMH sont comptabilisées à leur prix d'acquisition.

Figurent à l'actif du bilan, les actions LVMH détenues par la maison mère LVMH SA dans le cadre réglementaire de la régularisation des cours de bourse ou de plans d'options d'achat, ainsi que les actions détenues par les filiales dans une optique de placement de courte durée.

Les actions LVMH détenues dans le cadre de plans d'options d'achat sont affectées à ces plans, pour la durée de ceux-ci ; une provision pour charges est éventuellement comptabilisée pour ramener leur prix d'acquisition au prix d'exercice prévu par le plan.

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH, calculée comme défini au 1.10 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition ou, dans le cas de plans d'options d'achat, à leur prix d'exercice, une provision pour dépréciation est enregistrée, du montant de la différence.

Les actions LVMH détenues par le Groupe dans la perspective d'une détention de longue durée, d'une annulation ou d'un échange figurent en déduction des capitaux propres, y compris les plus ou moins-values de cession réalisées.

### 1.12 Disponibilités

Les disponibilités incluent les liquidités, ainsi que les dépôts à terme pouvant être rendus immédiatement disponibles, sous réserve des comptes bloqués.

### 1.13 Retraites, frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Lorsque les retraites, frais médicaux, et autres engagements font l'objet de cotisations versées par les sociétés du groupe à des organismes tiers responsables du paiement des allocations ou du remboursement des frais, ces cotisations sont comptabilisées dans les charges de l'exercice au titre duquel elles sont dues, aucun passif n'étant retenu au bilan.

Lorsque les retraites, frais médicaux et autres engagements sont directement pris en charge par les sociétés du groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant donne lieu à provision au bilan, la variation de cet engagement étant comptabilisée dans les charges de l'exercice.

Lorsque cet engagement est couvert, partiellement ou en totalité, par des fonds versés par les sociétés du groupe à des organismes extérieurs qui en assurent la gestion, le montant de ces actifs financiers dédiés vient en déduction, au bilan, de l'engagement actuariel.

L'engagement actuariel est calculé sur la base d'évaluations propres à chaque pays intégrant notamment des hypothèses de progression des salaires, d'inflation, d'espérance de vie, de rotation des effectifs et de rentabilité des actifs financiers dédiés.

Les effets cumulés des écarts actuariels sont amortis dès lors que ceux-ci excèdent 10 % du montant de l'engagement, brut des actifs financiers dédiés, ou de la valeur de marché de ces actifs financiers en fin d'exercice. L'amortissement de ces écarts se fait à compter de l'exercice suivant leur constatation, sur la durée résiduelle moyenne d'activité des salariés concernés.

### 1.14 Frais de recherche et développement

Les frais de recherche et développement sont constatés en charge dans l'exercice au cours duquel ils sont engagés.

### 1.15 Emprunts obligataires

Les primes d'émission des emprunts obligataires ainsi que les frais d'émission, sont amortis sur la durée de l'emprunt.

### 1.16 Impôts sur les bénéfices ; impôts différés

Les différences temporaires entre l'actif net comptable des sociétés consolidées tel qu'il apparaît dans la consolidation, et le montant résultant de l'application de la réglementation fiscale, donnent lieu à la constatation d'impôts différés ; ceux-ci sont établis sur la base des conditions d'imposition connues à la fin de l'exercice.

Les économies d'impôt résultant de déficits fiscaux reportables ne sont enregistrées en impôts différés actifs que dans la mesure où leur récupération est considérée comme probable.

Les impôts à la charge du Groupe, au titre des réserves distribuables des filiales, sont provisionnés dans le cas où leur distribution est envisagée.

### 1.17 Comptabilisation des produits

#### ● Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du Groupe inclut à la fois des ventes de détail à la clientèle, dans le cadre des magasins du Groupe, ainsi que des ventes dites « de gros » à des distributeurs et agents.

Les ventes au détail proviennent essentiellement 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 dites « de gros » proviennent des activités Vins et Spiritueux et, comme ci-dessus, 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 cas échéant lors de l'expédition.

#### ● Chiffre d'affaires en « joint-venture » avec Diageo

Une partie significative du chiffre d'affaires des activités Vins et Spiritueux est réalisée dans le cadre d'accords de distribution avec Diageo, consistant le plus souvent en partenariat dans des structures communes (« joint-

ventures »). Ces structures communes 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 le chiffre d'affaires et la quote part des charges des joint-ventures concernant ses propres marques.

- **Engagements de reprise de produits**

Les sociétés du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et dans une moindre mesure des activités Mode et Maroquinerie, reprennent auprès de leurs clients et distributeurs les produits invendus ou périmés. Les provisions destinées à couvrir le coût des retours et destructions, comptabilisées simultanément avec les ventes concernées, sont établies sur la base d'un pourcentage du chiffre d'affaires et de la marge réalisés.

- **Frais d'expédition et de transport refacturés**

Les frais d'expédition et de transport refacturés aux clients sont inclus dans le chiffre d'affaires, les charges correspondantes étant comptabilisées en charges commerciales.

- **Accords de coopération commerciale et droits de référencement**

Il est d'usage courant, notamment dans le cadre de la distribution des Vins et Spiritueux, de verser des sommes permettant le référencement des produits ou correspondant à des accords de participation publicitaire avec le distributeur. Ces dépenses sont comptabilisées en charges commerciales, et non en réduction du chiffre d'affaires.

### 1.18 Seuils intermédiaires du compte de résultat

L'activité principale du Groupe est la gestion et le développement de ses marques et enseignes. Le résultat opérationnel provient de ces activités, qu'il s'agisse d'opérations récurrentes ou non récurrentes, principales ou accessoires.

Les autres produits et charges sont constitués des éléments du compte de résultat qui, en raison de leur nature ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité opérationnelle du Groupe.

Les autres produits et charges d'un montant significatif et de caractère exceptionnel sont portés en éléments inhabituels. Les éléments inhabituels sont présentés nets d'impôt et nets de la part des minoritaires.

Le résultat avant impôts est équivalent à la notion de « résultat courant des entreprises intégrées ».

Le résultat net courant est constitué du résultat net d'impôt, hors charge d'amortissement des écarts d'acquisition et avant éléments inhabituels.

### 1.19 Résultat par action

Le résultat par action est calculé en fonction du nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice, sous déduction des actions d'autocontrôle inscrites en déduction des capitaux propres.

Le résultat par action après dilution est calculé comme décrit ci-dessus, et après prise en compte du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la conversion des obligations convertibles et de la levée des options de souscription existantes. Ce calcul est effectué en tenant compte de la réduction de frais financiers, des provisions pour primes de remboursement et de l'effet d'impôt correspondants.

## 2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

### 2.1 En 2002

#### Vins et Spiritueux

En juillet 2002 LVMH a acquis, pour 76 millions de dollars, 40 % du capital de Millennium Import LLC, producteur de vodkas haut de gamme distribuées sous les marques Belvédère et Chopin. La participation dans Millennium a été consolidée par mise en équivalence à compter de cette date. Cette opération a donné lieu à comptabilisation au bilan d'un actif incorporel de 71 millions de dollars, amorti sur 15 ans, représentant la licence de distribution perpétuelle de ces marques aux Etats-Unis, dont Millennium est titulaire.

En mai 2002, le Groupe a cédé la marque Pommery pour un prix de 152 millions d'euros, cette cession comprenant en outre les sites administratifs et de production, les caves, les stocks et les contrats de distribution, à l'exclusion des vignobles. Les activités de Pommery n'ont plus été consolidées à compter de cette date.

#### Mode et Maroquinerie

L'activité de Donna Karan International Inc, « DKI », acquise en décembre 2001, (voir ci-dessous : variations de périmètre de l'exercice 2001) a été consolidée par intégration globale à compter du 1er janvier 2002. Le montant global de l'investissement dans Gabrielle Studio et DKI a été alloué à la marque Donna Karan pour 494 millions d'euros ; l'écart d'acquisition, d'un montant de 224 millions de dollars, sera amorti sur 20 ans.

Au cours de l'exercice, LVMH a renforcé sa participation dans le groupe Fendi, portée de 51 % à 67 %. Cet investissement, d'un montant de 196 millions d'euros, a généré un écart d'acquisition complémentaire de 75 millions d'euros. (Voir également Note 32 : Evénements postérieurs à la clôture).

Le groupe Emilio Pucci, acquis en 2001 pour 38 millions d'euros, est consolidé par intégration globale à compter du 1er janvier 2002. L'investissement a été alloué à la marque Pucci à hauteur de 17 millions d'euros. L'écart d'acquisition résiduel sera amorti sur 20 ans.

Enfin, LVMH a porté sa participation dans Thomas Pink de 70 % à 100 %, cet investissement s'élevant à 28 millions d'euros.

### Parfums et Cosmétiques

En décembre 2002, le Groupe a cédé les marques Hard Candy et Urban Decay pour un prix de 1 million de dollars, susceptible d'évolution durant 3 ans en raison d'une clause d'indexation ; les résultats de 2002 de ces entités ont été pris en compte dans le résultat consolidé jusqu'à leur cession.

### Autres activités

Sur la base d'un accord de mai 2002, la participation de LVMH dans Phillips a été réduite de 75 % à 27,5 %, LVMH cédant le contrôle à ses anciens dirigeants, Daniella Luxembourg et Simon de Pury. Dans le cadre de cet accord, LVMH a rétabli la situation financière du groupe Phillips, par abandon de ses concours financiers, et reçu en contrepartie les actifs immobiliers et stocks de Phillips. Phillips a été déconsolidé à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002, l'activité sur les premiers mois de l'exercice n'étant pas significative. (Voir également Note 32 : Evénements postérieurs à la clôture).

## 2.2 En 2001

### Vins et Spiritueux

Le Groupe a acquis fin 2000 respectivement 60 % et 90 % des domaines viticoles Newton (Nappa Valley, Californie) et MountAdam (Eden Valley, Australie du Sud) pour 34,5 millions d'euros. Ces participations ont été consolidées par intégration globale sur l'ensemble de l'exercice 2001.

### Mode et Maroquinerie

Sur la base d'un accord conclu en décembre 2000, LVMH a acquis en janvier 2001 la totalité du capital de la société américaine Gabrielle Studio, propriétaire de la marque Donna Karan New York, pour 405 millions de dollars.

En outre, en mars 2001, LVMH a établi avec Donna Karan International Inc (DKI), société cotée à la bourse de New York et titulaire de la licence exclusive d'exploitation de la marque Donna Karan, un projet d'apport-fusion (« merger ») proposant l'apport par LVMH à DKI de sa participation dans Gabrielle Studio et une offre de reprise par LVMH de la quasi totalité du capital de DKI à un prix de 10,75 dollars US par action, soit 185 millions de dollars au total.

Ce projet a été approuvé par l'Assemblée Générale de DKI du 27 novembre 2001, LVMH détenant après cette opération 100 % des « preferred stock » et 89,4 % des « common stock » du nouveau groupe Donna Karan.

Gabrielle Studio a été consolidé par intégration globale sur l'ensemble de l'exercice, l'activité de Donna Karan International n'étant consolidée qu'à partir de 2002.

Le montant de l'investissement dans Gabrielle Studio, soit 405 millions de dollars, a été alloué en totalité à la valeur de la marque Donna Karan New York.

En décembre 2001, la participation de LVMH dans Fendi, qui était de 25,5 %, a été portée à 51 %, LVMH ayant repris les intérêts de Prada dans la société constituée à parité pour cet investissement (voir ci-dessous : Variations de périmètre de l'exercice 2000). Cette opération représente un investissement complémentaire de 295 millions d'euros dont 255 millions faisant l'objet d'un règlement sur 4 ans ; ce montant a été alloué pour l'essentiel à la valeur de la marque Fendi, soit 404 millions d'euros (206 millions d'euros pour la part du groupe) ; 136 millions d'euros ont été enregistrés en écart d'acquisition, amorti sur 30 ans.

L'investissement dans Fendi a été consolidé par intégration proportionnelle à compter de juillet 2000 ; au 31 décembre 2001, le bilan de Fendi a été consolidé par intégration globale.

### Parfums et Cosmétiques

La participation de 65 % dans la société américaine de cosmétiques Fresh, acquise en septembre 2000 pour 18 millions d'euros, a été consolidée par intégration globale à compter du 1er janvier 2001.

### Distribution sélective

En janvier 2001, LVMH a acquis 55 % du grand magasin parisien La Samaritaine pour 256 millions d'euros, dont 88 millions d'euros par augmentation de capital réservée.

Le montant de l'investissement correspond notamment à un patrimoine immobilier qui ne se limite pas aux seuls immeubles où s'exerce l'activité du grand magasin, estimé à 471 millions d'euros (182 millions d'euros pour la part du groupe, après impôt différé). L'écart d'acquisition au titre de cet investissement, y compris la valeur de l'enseigne, est de 57 millions d'euros ; ce montant sera amorti sur 20 ans. La Samaritaine a été consolidée par intégration globale sur l'ensemble de l'exercice 2001.

### Montres et Joaillerie

En janvier 2001, LVMH et le groupe De Beers ont conclu un accord pour la constitution d'une société commune détenue à parité, accord approuvé en juillet par la Commission Européenne. Cette société assurera dès 2002, sur la base d'une licence exclusive, la diffusion mondiale de produits de

joaillerie diamantaire, dans un réseau de magasins à constituer portant l'enseigne « De Beers ». Cette société commune a été mise en équivalence à partir de 2001.

#### Autres activités

En janvier 2001, les fondateurs de la galerie d'art genevoise de Pury et Luxembourg Art, Daniella Luxembourg et Simon de Pury, ont apporté à Phillips la totalité de leur participation dans de Pury et Luxembourg Art. Cet apport a été rémunéré par une participation de 25 % dans Phillips, et un versement de 10 millions de dollars, Phillips devenant après cette opération Phillips, de Pury & Luxembourg (PPL).

En novembre 2001, dans le cadre d'un protocole d'accord établi en juillet, les activités au Royaume Uni de PPL et les activités de la société britannique de ventes aux enchères Bonhams & Brooks ont été réunies dans une entité commune dont PPL détient 49,9 %, PPL conservant la maîtrise de ses activités internationales.

L'apport de la société de Pury & Luxembourg Art à Phillips a donné lieu à un écart d'acquisition de 54 millions d'euros, venant s'ajouter au goodwill initial de 95 millions d'euros.

De Pury & Luxembourg Art a été consolidé par intégration globale dans Phillips depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2001 ; à compter de novembre 2001, la participation dans l'entité commune avec Bonhams & Brooks a été mise en équivalence.

La participation de 50 % dans le site internet de vente de produits de luxe e-Luxury a été portée à 99,99 % en décembre 2001, par souscription à une augmentation de capital. Cette opération a donné lieu à un écart d'acquisition de 45 millions d'euros, correspondant à la valeur de la clientèle et aux frais de développement antérieurs du site. Mise en équivalence sur l'ensemble de l'exercice 2001, cette participation a été consolidée par intégration globale le 31 décembre 2001.

Le sous-groupe Télématique Victoire Multimédia a été apporté en janvier 2001 au groupe Jet Multimédia, apport rémunéré par 479 125 actions Jet Multimédia faisant l'objet d'un prix de cession garanti. La vente de ces titres a dégagé une plus value brute de 25 millions d'euros.

### 2.3 En 2000 :

#### Mode et Maroquinerie

Conformément au protocole d'accord signé fin 1999, LVMH a acquis en juillet 2000, à parité avec le groupe Prada, 51 % du groupe italien Fendi. L'investissement réalisé par la société commune, de 564 millions d'euros, représente à hauteur de 404 millions d'euros la valeur donnée à la marque Fendi, 92 millions d'euros étant enregistrés en écart d'acquisition.

Fendi a été consolidé par intégration proportionnelle à partir du 1<sup>er</sup> juillet à hauteur de 50 %, dont 25,5 % au titre de la part de LVMH.

#### Parfums et Cosmétiques

En 1999, LVMH a acquis 70 % de la société américaine BeneFit Cosmetics pour 67 millions d'euros, la valeur de la marque BeneFit constituant l'essentiel du prix payé.

Ont également été acquis en 1999, 73 % de la société française Make Up For Ever, 94 % de la société américaine de cosmétiques Hard Candy et 100 % d'Urban Decay, pour un montant total de 42 millions d'euros.

Ces participations ont été consolidées par intégration globale sur la totalité de l'exercice.

#### Montres et Joaillerie

En complément de l'investissement dans TAG Heuer, LVMH a acquis fin 1999 la totalité du capital des sociétés horlogères Ebel et Zénith, pour respectivement 19 et 75 millions d'euros, ainsi que 100 % du joaillier Chaumet pour 47 millions d'euros. Les valeurs attribuées à ces marques sont de 125 millions d'euros pour Ebel, 58 millions pour Zénith, et 33 millions pour Chaumet.

Ces investissements ont été consolidés sur l'ensemble de l'exercice.

#### Distribution sélective

En complément de l'enseigne italienne « Laguna », reprise fin 1999 par le sous-groupe Sephora, ont été acquises en février la société propriétaire de l'enseigne italienne « Boïdi », et en juillet, respectivement 100 % et 50 % des sociétés propriétaires des enseignes italienne et grecque « Carmen » et « Beauty Shop ». L'investissement total réalisé, de 154 millions d'euros, a été considéré comme représentatif de la valeur de ces quatre enseignes. Les écarts d'acquisition correspondants sont amortis sur une durée de 10 à 15 ans. Les participations dans Laguna et Boïdi ont été consolidées sur l'ensemble de l'exercice, celles dans Carmen et Marinopoulos (propriétaire de la marque Beauty shop) à compter de juillet 2000.

En janvier 2000, LVMH a acquis Miami Cruiseline, groupe américain de distribution de produits de luxe sur les navires de croisière. Le coût de l'investissement, de 361 millions d'euros, a donné lieu à enregistrement d'un écart d'acquisition de 359 millions d'euros, amorti sur 20 ans. L'investissement a été consolidé sur l'ensemble de l'exercice.

#### Autres activités

Fin 1999, LVMH a acquis pour 90 millions d'euros la maison de ventes aux enchères Phillips. Le goodwill constaté, amorti sur 30 ans, était de 95 millions d'euros. Phillips a été consolidé à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2000.

## 2.4 Données pro forma et effets sur la trésorerie :

Un compte de résultat simplifié pro forma est présenté ci-dessous pour les exercices 2001 et 2002, sur la base d'un périmètre comparable retenant comme réalisées au 1<sup>er</sup> janvier 2001 les évolutions de périmètre intervenues en 2002 et au cours de 2001 :

- en 2002 : la consolidation de Donna Karan International et Emilio Pucci, l'investissement complémentaire dans Fendi et Thomas Pink, la mise en équivalence de Millennium ainsi que la cession des activités de Pommery.
- au cours de 2001 : l'investissement complémentaire dans Fendi, et la déconsolidation de Phillips.

Ces données pro forma ne représentent pas nécessairement les résultats qui auraient été effectivement constatés dans les comptes consolidés si les opérations décrites étaient intervenues à la date indiquée. Elles ne peuvent non plus être utilisées pour présumer de l'évolution future des résultats consolidés.

(en millions d'euros)	2002 pro forma	2001 pro forma
Chiffre d'affaires	12 693	12 905
dont : – <i>Vins et Spiritueux</i>	2 266	2 185
– <i>Mode et Maroquinerie</i>	4 194	4 440
– <i>Parfums et Cosmétiques</i>	2 336	2 231
– <i>Montres et Joaillerie</i>	552	548
– <i>Distribution sélective</i>	3 337	3 456
Résultat opérationnel	2 008	1 700
Résultat avant impôts	1 479	823
Résultat net courant – part du Groupe	957	462
Résultat net – part du Groupe hors éléments inhabituels	694	255

Les effets marginaux des entrées de périmètre de l'exercice sur la structure du bilan au 31 décembre 2002 sont les suivants :

(en millions d'euros)			
Marques et autres immobilisations incorporelles	149	Capitaux propres	–
Ecart d'acquisition	371	Intérêts minoritaires	54
Immobilisations corporelles nettes	42	Dettes financières nettes	395
Stocks nets	71	Autres passifs à plus d'un an	35
Clients nets	54	Autres passifs à moins d'un an	278
Autres actifs	75		
<b>Total</b>	<b>762</b>		<b>762</b>

L'effet sur la trésorerie du Groupe des variations de périmètre, tel qu'apparaissant dans le Tableau de variation de trésorerie consolidée c'est à dire net de la trésorerie propre aux sociétés acquises ou cédées, et net des éventuels différés de paiement des acquisitions, s'élève à 160 millions d'euros (628 millions d'euros en 2001).

Ce chiffre représente principalement les investissements dans Fendi (196 millions d'euros), Millennium (77 millions d'euros), Thomas Pink (28 millions d'euros), ainsi que l'effet positif de la cession de certains actifs de Pommery (152 millions d'euros).

En 2001, il s'agissait essentiellement des investissements dans Gabrielle Studio, la Samaritaine et de Pury et Luxembourg Art SA.

### 3. MARQUES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES.

(en millions d'euros)	2002		2001		2000	
	Brut	Dépréciations Amortissements	Brut	Dépréciations Amortissements	Brut	Dépréciations Amortissements
Marques	4 105	(90)	4 138	(20)	3 235	(4)
dont :						
– Tag Heuer	854	–	837	–	823	–
– Fendi <sup>(1)</sup>	809	(2)	809	–	404	–
– Donna Karan New York <sup>(1)</sup>	494	–	460	–	–	–
– Guerlain	441	–	441	–	441	–
– Céline	351	(70)	351	–	351	–
– Ebel	125	–	123	–	125	–
– Loewe	122	–	122	–	122	–
– Veuve Clicquot	113	–	113	–	113	–
– Château d'Yquem	108	–	108	–	108	–
– Krug	100	–	100	–	100	–
– Autres (< 100 M Eur)	588	(18)	674	(20)	648	(4)
Droits au bail	139	(52)	157	(64)	121	(34)
Logiciels	152	(111)	156	(103)	123	(66)
Autres	150	(94)	136	(92)	115	(75)
	<b>4 546</b>	<b>(347)</b>	<b>4 587</b>	<b>(279)</b>	<b>3 594</b>	<b>(179)</b>

(1) Voir Note 2 : Variations de périmètre.

- Les marques « acquises » non détaillées dans la rubrique « Autres » ci-dessus sont principalement :
  - Vins et Spiritueux : Canard-Duchêne, Newton Vineyards, MountAdam ;
  - Mode et Maroquinerie : Givenchy, Kenzo, Christian Lacroix, Berluti, Thomas Pink et Pucci ;
  - Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy, Parfums Kenzo, Bliss, Make up for Ever, BeneFit Cosmetics et Fresh ;
  - Montres et Joaillerie : Zenith, Fred, Chaumet et Omas ;
  - Autres activités : les titres de presse La Tribune et Investir.
- Ne figurent pas à l'actif du bilan les marques qui ont été développées par le Groupe, notamment les marques Louis Vuitton et Hennessy, les champagnes Moët & Chandon, Dom Pérignon, Mercier et Ruinart.
- La valeur d'une marque est établie à titre principal par la méthode des cash-flows, c'est-à-dire à partir des flux de trésorerie prévisionnels qui lui sont attribuables. D'autres méthodes sont néanmoins utilisées qui peuvent conduire à corriger les résultats issus des cash-flows prévisionnels : 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 aux seuls cas où il est possible de mesurer la différence de revenus générée par une marque, par rapport à un produit sans marque ; la méthode du coût de reconstitution d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité ; enfin la méthode des comparables, utilisant les multiples de chiffre d'affaires et de résultat retenus lors de transactions portant sur des marques similaires, ou les multiples boursiers applicables aux activités concernées.

Dans le cadre de la méthode des cash-flows, les données prévisionnelles utilisées proviennent des budgets et plans établis par la direction des sociétés exploitant ces marques ; les cash-flows prévisionnels issus de ces documents sont actualisés, et le cas échéant pondérés en fonction de la probabilité de la survenance de chacun des scénarios retenus. Le taux d'actualisation utilisé intègre le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné, et la prime de risque propre à cette activité.

Des méthodes identiques sont retenues pour la valorisation des écarts d'acquisition.

#### 4. ÉCARTS D'ACQUISITION ET IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ASSIMILÉES

(en millions d'euros)	Durée d'amortissement	2002		2001		2000	
		Brut	Dépréciation Amortissements	Brut	Dépréciation Amortissements	Brut	Dépréciation Amortissements
DFS	20	1 996	(675)	1 996	(581)	2 061	(206)
Sephora	5 à 20	590	(119)	587	(83)	583	(54)
Louis Vuitton	40	419	(57)	419	(47)	419	(37)
Fendi	20	351	(28)	228	(10)	92	(2)
Miami Cruiseline	20	318	(48)	378	(38)	359	(18)
Veuve Clicquot Ponsardin	40	292	(122)	292	(115)	292	(108)
Donna Karan	20	214	(11)	–	–	–	–
Millennium	15	68	(2)	–	–	–	–
Laflachère	25	65	(10)	65	(8)	63	(5)
La Samaritaine	20	59	(6)	57	(3)	–	–
e-Luxury	3	38	(13)	45	–	–	–
Phillips	–	–	–	123	(123)	95	(3)
Autres		524	(238)	538	(224)	473	(191)
Ecarts d'acquisition et autres		4 934	(1 329)	4 728	(1 232)	4 437	(624)
Fonds de commerce		68	(42)	42	(22)	40	(11)
		<b>5 002</b>	<b>(1 371)</b>	<b>4 770</b>	<b>(1 254)</b>	<b>4 477</b>	<b>(635)</b>

Voir 2 : Variations de périmètre

- L'écart d'acquisition Sephora inclut la valeur de plusieurs enseignes de distribution sélective de parfums et cosmétiques : « Sephora », présente dans plusieurs pays d'Europe, mais également « Carmen », « Laguna » et « Boïdi » en Italie, et « Beauty Shop » (groupe Marinopoulos) en Grèce.  
L'écart d'acquisition de Louis Vuitton n'est pas représentatif d'un prix payé pour l'acquisition de la marque, celle-ci ayant été développée par le Groupe, mais résulte de reprises successives d'intérêts minoritaires dans les différentes structures juridiques du sous-groupe Louis Vuitton.
- Écart d'acquisition de DFS :  
Les crises successives survenues au niveau mondial depuis la prise de contrôle de DFS par LVMH : crise économique du Sud-Est Asiatique, attentats tragiques du World Trade Center, ont eu temporairement, pour chacune d'elles, de lourds effets sur le niveau d'activité et de résultat de DFS. En outre, la situation économique au Japon, les évolutions importantes que traverse ce pays, et le niveau de la parité

yen/dollar, notamment en 2001, ont durablement réduit l'importance du tourisme japonais, principale clientèle de DFS, et le pouvoir d'achat de ces touristes.

Afin de constater à la fois la baisse durable du niveau d'activité et de profitabilité de DFS, et la plus grande volatilité de son résultat, comparativement à ce qui était attendu lors de son acquisition par le Groupe, il a été décidé en 2001 :

- d'enregistrer un amortissement exceptionnel de 323 millions d'euros, ramenant la valeur nette comptable de l'écart d'acquisition à un niveau justifié par les cash-flows futurs actualisés ;
- de réduire de 40 à 20 ans la durée totale d'amortissement de l'écart d'acquisition, la valeur nette comptable au 31 décembre 2001 de 1 415 millions d'euros devant ainsi être amortie par 1/15<sup>ème</sup>.
- Les méthodes de valorisation des écarts d'acquisition sont identiques à celles décrites en Note 3 pour les marques.

## 5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	2002		2001		2000	
	Brut	Amort.	Brut	Amort.	Brut	Amort.
Terrains	837	(8)	909	(5)	581	(5)
Terres à vignes et vignobles	419	(54)	423	(56)	406	(48)
Constructions	1 904	(681)	2 041	(694)	1 703	(563)
Installations techniques, matériels et outillages	1 410	(966)	1 569	(989)	1 329	(893)
Autres immobilisations corporelles	1 811	(822)	1 687	(677)	1 340	(483)
	<b>6 381</b>	<b>(2 531)</b>	<b>6 629</b>	<b>(2 421)</b>	<b>5 359</b>	<b>(1 992)</b>
dont immobilisations financées par crédit-bail	315	(99)	340	(91)	305	(78)

Les variations des immobilisations corporelles d'un exercice à l'autre s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002		2001		2000	
	Brut	Amort.	Brut	Amort.	Brut	Amort.
<b>Solde en début d'exercice</b>	<b>6 629</b>	<b>(2 421)</b>	<b>5 359</b>	<b>(1 992)</b>	<b>4 540</b>	<b>(1 684)</b>
Acquisitions	461	–	900	–	758	–
Cessions, mises hors service	(412)	244	(261)	167	(173)	121
Dotations aux amortissements	–	(398)	–	(516)	–	(350)
Effets des variations de périmètre	128	(125)	582	(61)	158	(53)
Effets des variations de change	(425)	169	49	(19)	76	(26)
<b>Solde en fin d'exercice</b>	<b>6 381</b>	<b>(2 531)</b>	<b>6 629</b>	<b>(2 421)</b>	<b>5 359</b>	<b>(1 992)</b>
dont acquisitions financées par crédit-bail	3	–	16	–	7	–

- En 2002 : l'augmentation de l'exercice provient essentiellement des investissements dans les réseaux de distribution de Louis Vuitton, notamment au Japon, et d'une politique de rénovation des boutiques ou des stands. Les principaux actifs cédés au cours de l'exercice comprennent des ensembles immobiliers situés à Paris, en particulier l'ancien siège social et des murs de magasins sur les Champs Elysées, ainsi que certains actifs de Pommery. Cette rubrique inclut également l'effet des fermetures de magasins, notamment chez DFS, ou Sephora Japon. Les principaux effets de change résultent de la variation du dollar.
- En 2000 et 2001 : les acquisitions de l'exercice provenaient essentiellement des investissements dans les réseaux de distribution de Louis Vuitton, DFS et Sephora. Les effets des variations de périmètre de 2001 provenaient à hauteur de 471 millions d'euros (dont 245 millions d'euros de terrains, et 225 millions d'euros de constructions) de l'intégration de la Samaritaine.

## 6. TITRES MIS EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Bonhams & Brooks PS&N Ltd (Royaume-Uni)	37	41	–
De Beers LV Ltd (Royaume-Uni)	9	16	–
e-Luxury.com Inc (Etats-Unis)	–	(**)	(*)
Millennium Import LLC (Etats-Unis) (***)	7	–	–
Autres titres	15	20	21
<b>Participations mises en équivalence</b>	<b>68</b>	<b>77</b>	<b>21</b>

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Bonhams & Brooks PS&N Ltd	(4)	–	–
De Beers LV Ltd	(9)	(4)	–
e-Luxury.com Inc	–	(31)	(38)
Millennium Import LLC (***)	2	–	–
Autres titres	(7)	(7)	4
<b>Part dans le résultat des participations mises en équivalence</b>	<b>(18)</b>	<b>(42)</b>	<b>(34)</b>

(\*) Quote-part de situation nette négative transférée en provisions pour risques et charges

(\*\*) Société intégrée globalement le 31 décembre 2001

(\*\*\*) voir Note 2 : Variations de périmètre

Les réserves consolidées (part du Groupe) des sociétés mises en équivalence, hors écart de conversion s'élèvent à 39,2 millions d'euros en 2002, (7,7) millions d'euros en 2001 et (43,0) millions d'euros en 2000.

## 7. AUTRES TITRES DE PARTICIPATION

(en millions d'euros)	2002		2001		2000	
	Brut	Provisions	Brut	Provisions	Brut	Provisions
• Titres Bouygues SA (France)	819	(282)	819	(82)	–	–
• Titres Gucci Group NV (Pays-Bas)	–	–	–	–	1 256	–
• Autres participations	460	(128)	864	(215)	754	(118)
<b>Participations non consolidées</b>	<b>1 279</b>	<b>(410)</b>	<b>1 683</b>	<b>(297)</b>	<b>2 010</b>	<b>(118)</b>

(en millions d'euros)	Participation du groupe	Valeur nette des titres	Dividendes encaissés	Capitaux propres	Résultat net	Valeur boursière <sup>(2)</sup>
Bouygues SA (France)	5 %	537	6	5 011	666	429
Tod's Spa (Italie)	4 %	47	–	391	36	36
Participations dans divers fonds Internet (USA)	N D	31	–	ND	ND	–
SFMI SA Micromania (France) <sup>(1)</sup>	13 %	15	–	49	–	–
Joseph SA (France) <sup>(1)</sup>	10 %	7	1	62	–	–
Autres participations	–	48	1	–	–	–
<b>Participations inférieures à 20 %</b>		<b>685</b>	<b>8</b>			
Pechel Industries SA (France)	43 %	33	–	97	(2)	–
L Capital FCPR (France)	46 %	37	–	76	(4)	–
Interparfums Inc.(USA)	21 %	17	–	77	10	29
Rossimoda Spa (Italie) <sup>(1)</sup>	45 %	23	–	18	1	–
Sociedad Textil Lonia SA (Espagne) <sup>(1)</sup>	25 %	9	–	15	–	–
Autres participations	–	27	–	–	–	–
<b>Participations comprises entre 20 et 50 %</b>		<b>146</b>	<b>–</b>			
Autres participations		38	–			
<b>Participations supérieures à 50 %</b>		<b>38</b>	<b>–</b>			
		<b>869</b>	<b>8</b>			

(1) Les données comptables fournies sont antérieures au 31.12.2002, les chiffres à fin 2002 étant indisponibles à la date d'établissement de ce rapport.

(2) Moyenne des cotations boursières de décembre 2002.

Les participations ci-dessus détenues à plus de 20 % ne sont pas consolidées dans la mesure où le Groupe n'exerce pas d'influence notable sur ces sociétés.

### Participation dans Bouygues :

Le groupe LVMH détient une participation dans Bouygues, qui relève de l'activité de portefeuille. Dans ce cadre les perspectives de valorisation de l'investissement doivent s'apprécier à moyen terme ; cette participation comptabilisée

au 31 décembre 2000 dans le portefeuille de valeurs mobilières de placement a ainsi été reclassée au 30 juin 2001, sous déduction du bloc cédé en juillet 2001 (soit 2 650 000 titres), en investissements financiers à plus d'un an.

Au 31 décembre 2001, cette participation a donné lieu à enregistrement d'une provision pour dépréciation de 82 millions d'euros, portée à 282 millions d'euros à fin 2002, afin de prendre en compte les baisses durables de valorisation, par la Bourse, des valeurs du secteur médias et télécommunications.

#### Participation dans Gucci :

Entre 1999 et 2001, un litige a opposé LVMH aux groupes Pinault Printemps-Redoute (PPR) et Gucci ; celui-ci portait sur la validité de deux augmentations de capital réservées, intervenues les 18 février et 19 mars 1999, conduisant à réduire de 34,4 % à environ 20 % la participation de LVMH dans Gucci.

En septembre 2001, les groupes PPR, Gucci et LVMH ont réglé ce litige sur la base d'un accord transactionnel prévoyant :

- l'achat par PPR à LVMH en octobre 2001 de 8,6 millions d'actions Gucci à 94 dollars par action, soit 806 millions de dollars au total (897 millions d'euros) ;
- la distribution par Gucci en décembre 2001 d'un dividende exceptionnel de 7 dollars par action, soit compte tenu de la participation résiduelle de LVMH à cette date, un encaissement de 81 millions de dollars (90 millions d'euros) ;
- le lancement en mars 2004 par PPR d'une offre publique portant sur la totalité du capital de Gucci, au prix de 101,5 dollars par action.

En décembre 2001, LVMH a cédé au Crédit Lyonnais sa participation résiduelle de 11,6 millions d'actions pour 1 037 millions de dollars (environ 89,6 dollars par action), soit 1 150 millions d'euros. Le contrat de cession de ces titres comporte en outre une clause d'« earn out », permettant à LVMH de percevoir le cas échéant d'ici mars 2004 un complément de prix fonction du cours de l'action Gucci et des dividendes versés par Gucci pendant cette période.

La plus value totale réalisée par LVMH au titre de la cession de 20,1 millions d'actions Gucci était de 774 millions d'euros, et de 864 millions d'euros après prise en compte du dividende exceptionnel.

#### Participation dans Diageo :

En complément du partenariat dans la distribution de leurs produits, LVMH et Diageo ont conservé pendant plusieurs années des participations réciproques.

Diageo détient ainsi au 31 décembre 2002 une participation de 34 % dans Moët Hennessy, holding des activités « Vins et Spiritueux » de LVMH.

La participation de LVMH dans Diageo (ex Guinness), qui était à l'origine de 20 % dans Guinness a été réduite progressivement depuis 1997. Cette participation, qui était au 31 décembre 2000 de moins de 0,5 % et classée en valeurs mobilières de placement, a été cédée en 2001.

## 8. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Marchandises	745	852	694
Produits finis	1 137	1 235	1 027
	1 882	2 087	1 721
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	1 683	1 707	1 618
Autres matières premières et en cours	453	453	386
	2 136	2 160	2 004
<b>Valeur brute</b>	<b>4 018</b>	<b>4 247</b>	<b>3 725</b>
Provision pour dépréciation	(591)	(592)	(343)
<b>Valeur nette</b>	<b>3 427</b>	<b>3 655</b>	<b>3 382</b>

## 9. CLIENTS

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Montant brut	1 457	1 636	1 708
Provision pour dépréciation	(130)	(98)	(70)
<b>Montant net</b>	<b>1 327</b>	<b>1 538</b>	<b>1 638</b>

## 10. AUTRES CRÉANCES A MOINS D'UN AN

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Opérations de couverture de change	215	246	623
Etat : impôt sociétés	–	47	–
autres impôts et taxes	243	243	207
Fournisseurs : avances et acomptes	45	94	91
Charges constatées d'avance	199	216	243
Autres créances nettes	500	506	432
	<b>1 202</b>	<b>1 352</b>	<b>1 596</b>

Le solde « opérations de couverture de change » est principalement constitué du gain latent résultant de la réévaluation des contrats de couverture de change en vie à la clôture de l'exercice ou, en cas de perte latente, de la charge constatée d'avance résultant de son différé (voir également Note 20).

## 11. ACTIONS LVMH

L'affectation du portefeuille d'actions LVMH présenté à l'actif du bilan est la suivante :

(en millions d'euros)	2002		2001	2000
	Nombre	Euros	Euros	Euros
<b>A plus d'un an :</b>				
– plans d'options d'achat				
montant brut	7 639 512	400	318	156
provision pour dépréciation		(38)	–	–
	<b>7 639 512</b>	<b>362</b>	<b>318</b>	<b>156</b>
<b>A moins d'un an :</b>				
– plans d'options d'achat	9 062 897	250	193	110
– régularisation des cours, ou valeurs de placement :				
montant brut	7 050 600	430	1 196	1 179
provision pour dépréciation	–	(136)	(343)	–
	<b>16 113 497</b>	<b>544</b>	<b>1 046</b>	<b>1 289</b>

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

(en millions d'euros)	Régularisation des cours ou placement		Plans d'options d'achat	
	Nombre	Euros	Nombre	Euros
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2002</b>	<b>18 643 571</b>	<b>854</b>	<b>13 684 977</b>	<b>511</b>
Achats	3 280 228	139	3 292 660	148
Transferts	50 600	3	(50 600)	(3)
Levées d'options	–	–	(224 628)	(6)
Cessions à valeur de vente	(14 923 799)	(755)	–	–
Plus ou (moins) valeur de cession brute	–	(154)	–	–
Variation des provisions	–	207	–	(38)
<b>Au 31 décembre 2002</b>	<b>7 050 600</b>	<b>294</b>	<b>16 702 409</b>	<b>612</b>

## 12. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT ET DISPONIBILITÉS

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Valeurs mobilières de placement :</b>			
Titres cotés	30	202	1 133
Parts de SICAV et de FCP	38	405	154
Titres de créances négociables, autres titres non cotés	9	49	86
Provision pour dépréciation	(17)	(34)	(47)
<b>Valeur nette du portefeuille</b>	<b>60</b>	<b>622</b>	<b>1 326</b>
Valeur de marché des titres de placement	61	692	1 397
dont valeur de marché des titres cotés, parts de SICAV et FCP	52	643	1 311
<b>Disponibilités :</b>			
Dépôts à terme à plus de 3 mois	76	9	12
Dépôts à terme à moins de 3 mois	93	59	123
Comptes bancaires ordinaires	643	727	560
	<b>812</b>	<b>795</b>	<b>695</b>
Dont comptes bloqués	4	5	13

Au 31 décembre 2000, les titres cotés incluaient à hauteur de respectivement 126 et 956 millions d'euros, 12 500 000 titres Diageo Plc (Royaume-Uni), et 18 465 940 titres Bouygues SA (France). Les titres Diageo ont été cédés en 2001 et les titres Bouygues ont été reclassés en Titres de participation en 2001 (voir Note 7).

Au 31 décembre 2002 la trésorerie nette à la clôture, figurant dans le tableau de variation de la trésorerie s'élève à 544 millions d'euros ; la réconciliation de ce montant avec les données présentées ci-dessus s'établit de la façon suivante :

(en millions d'euros)	
Valeurs mobilières de placement non cotées, nettes	30
Disponibilités	812
Découverts bancaires	(298)
<b>Trésorerie nette</b>	<b>544</b>

### 13. CAPITAUX PROPRES

#### 13.1 Capital

Le nombre d'actions émises au 31 décembre 2002, de 0,3 euro de valeur nominale, est de 489 937 410 (489 901 115 en 2001 ; 489 858 345 en 2000), dont 277 930 805 à droit de vote double ; ce droit est accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans.

La variation du nombre d'actions au cours de l'exercice résulte de la levée d'options de souscription.

Au 31 décembre 2002, le capital autorisé est de 611 643 542 actions.

Le nombre moyen d'actions en circulation au titre de l'exercice 2002 est de 488 852 554 (488 064 659 en 2001 ; 484 800 930 en 2000) et reste identique après dilution (488 072 374 en 2001 ; 484 886 474 en 2000).

Selon la réglementation française, les dividendes ne peuvent être prélevés que sur le résultat de l'exercice et les réserves distribuables de la société mère, soit 326 millions d'euros au 31 décembre 2002, après déduction de la proposition de distribution de dividendes de 392 millions d'euros ; ce montant est distribuable en franchise d'impôt (précompte mobilier).

#### 13.2 Écarts de conversion

Les écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres s'analysent, par devise, de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Au 31 décembre 2002
Dollar US	(157)
Dollar Hong Kong	(43)
Yen	(12)
Peso argentin	(42)
Franc suisse	96
Euro	(39)
Autres	(25)
<b>Total</b>	<b>(222)</b>

Le montant en euros inscrit dans le tableau ci-dessus correspond à l'écart de conversion au titre des réserves consolidées des filiales européennes, lors de la conversion définitive de celles-ci en euros le 1<sup>er</sup> janvier 1999.

#### 14. PLANS D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS

L'Assemblée Générale des actionnaires du 25 mai 1992 a autorisé le Conseil d'Administration 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 1,5 % du capital de la société. L'Assemblée Générale des actionnaires du 8 juin 1995 a complété cette autorisation dans la limite de 3 % du capital. Cette autorisation a été renouvelée par l'Assemblée Générale

du 17 mai 2000 pour une durée de cinq années venant à expiration le 16 mai 2005.

Chaque plan a une durée de 10 ans, les options pouvant être exercées après un délai de trois ans à compter de l'ouverture du plan, à l'exception d'un des deux plans du 14 mai 2001 portant sur 1 105 877 options, qui a une durée de huit ans et dont les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans.

Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, ce délai ne s'applique pas.

Pour l'ensemble des plans, la parité est de une action pour une option attribuée.

##### 14.1 Plans de souscription

Date de l'Assemblée	Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>	Nombre de bénéficiaires	Prix de souscription (en euros) <sup>(2) (3)</sup>	Nombre d'options levées en 2002 <sup>(3)</sup>	Nombre d'options non exercées au 31/12/2002
4 juin 1987	18 mars 1992	47 498	861	20,89	36 295	–

##### 14.2 Plans d'achat

Date de l'Assemblée	Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>	Nombre de bénéficiaires	Prix d'achat (en euros) <sup>(2) (3)</sup>	Nombre d'options exercées en 2002 <sup>(3)</sup>	Nombre d'options non exercées au 31/12/2002 <sup>(3)</sup>
25 mai 1992	17 mars 1993	49 681	548	15,40	2 623	61 512
//	16 mars 1994	139 031	364	17,84	3 560	1 594 680
//	17 juin 1994	1 250	1	17,68	–	7 565
//	22 mars 1995	256 903	395	20,89	17 750	431 870
8 juin 1995	30 mai 1996	233 199	297	34,15	35 375	761 720
//	29 mai 1997	233 040	319	37,50	58 590	1 069 220
//	29 janvier 1998	269 130	346	25,92	49 885	1 265 845
//	16 mars 1998	15 800	4	31,25	–	86 900
//	20 janvier 1999	320 059	364	32,10	56 845	1 684 035
//	16 septembre 1999	44 000	9	54,65	–	220 000
//	19 janvier 2000	376 110	552	80,10	–	1 879 550
17 mai 2000	23 janvier 2001	2 649 075	786	65,12	–	2 606 075
//	06 mars 2001	40 000	1	63,53	–	40 000
//	14 mai 2001	1 105 877	44 669	66,00	–	1 105 877
//	14 mai 2001	552 500	4	61,77	–	552 500
//	12 septembre 2001	50 000	1	52,48	–	50 000
//	22 janvier 2002	3 284 100	993	43,30	–	3 276 500
//	15 mai 2002	8 560	2	54,83	–	8 560
<b>Total</b>						<b>16 702 409</b>

(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 juillet 1994 et juin 1999, et aux divisions du nominal par cinq de mars 1994 et 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).

### 14.3 Mouvements au cours de l'exercice

En nombre d'options	2002	2001	2000
Options non exercées au 1er janvier	13 725 832	9 769 865	1 670 539
Division du nominal par cinq	–	–	6 682 156
Options attribuées	3 292 660	4 397 452	1 880 550
Options exercées	(260 923)	(437 410)	(460 120)
Options devenues caduques	(55 160)	(4 075)	(3 260)
<b>Options non exercées au 31 décembre</b>	<b>16 702 409</b>	<b>13 725 832</b>	<b>9 769 865</b>

### 15. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>1 800</b>	<b>1 481</b>	<b>1 077</b>
– dividendes versés aux minoritaires	(23)	(171)	(70)
– part des minoritaires dans le résultat courant	131	99	179
– part des minoritaires dans les éléments inhabituels	–	(9)	62
– effet des variations de périmètre :			
• consolidation de Fendi <sup>(1)</sup>	(138)	184	183
La Samaritaine	(2)	150	–
de Pury & Luxembourg Art	–	43	–
Donna Karan	49	–	–
• acquisition des parts des minoritaires de Thomas Pink	(21)	–	–
• autres variations de périmètre	16	9	41
– variation de l'écart de conversion	(40)	14	9
<b>Au 31 décembre</b>	<b>1 772</b>	<b>1 800</b>	<b>1 481</b>

- (1) La part du groupe était de 25,5 % en 2000, dans le cadre d'une intégration proportionnelle de 50 % de Fendi ; de 51 % en 2001, en intégration globale, puis acquisition progressive des parts de certains minoritaires en 2002.  
Voir Note 2 : Variations de périmètre

## 16. TITRES A DURÉE INDETERMINÉE (TDI)

Dates d'émission		Décembre 1990	Février 1992
Nominal (en millions d'euros)		762	229
Prix d'émission		au pair	au pair
Taux d'intérêt facial		EURIBOR 6 mois + 0,45 %	9,70 %
<b>Solde au 31 décembre</b>	<b>2002</b>	<b>147</b>	<b>75</b>
(en millions d'euros)	2001	195	89
	2000	245	101

En 1990 et 1992, ont été émis hors de France deux emprunts obligataires sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée (TSDI), aux 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.

Bien qu'ayant un caractère perpétuel, les TDI figurent au bilan consolidé pour un montant dont le solde comptable évolue pour être ramené à une valeur nulle après quinze ans, du fait de l'existence de conventions avec des sociétés tierces.

Par ces conventions, les sociétés tierces se sont en effet 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 d'un montant définitif concomitamment à l'émission.

En raison de ces dispositions :

- les TDI ont été comptabilisés au bilan à l'émission pour leur montant nominal net de ces versements, et sont amortis à chaque exercice du montant des produits générés par le placement, par les sociétés tierces, de ces versements ;
- le résultat consolidé de chaque exercice supporte les intérêts payés sur le montant nominal de l'émission sous déduction de l'amortissement ci-dessus.

L'émission du TDI 1990, réalisée à taux variable, a fait l'objet d'un swap le transformant à taux fixe à hauteur de 469 millions d'euros.

La valeur de marché des TDI au 31 décembre 2002 s'élève à 154 millions d'euros sur la base des taux d'intérêt prévus dans les contrats d'émission, et à 266 millions d'euros si l'on prend en compte également les opérations de couverture de taux associées restant ouvertes à la clôture de l'exercice.

## 17. AUTRES EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

### 17.1 Répartition par nature

(en millions d'euros)	Taux d'intérêt nominal	Swap vers taux variable	Echéances	2002	2001	2000
<b>Emprunts obligataires / Emissions publiques :</b>						
EUR 850 000 000, 2001 <sup>(1)</sup>	5,375 %	partiel	2004	850	850	–
EUR 500 000 000, 2001	6,125 %	total	2008	500	500	–
EUR 600 000 000, 2000 <sup>(2)</sup>	5,75 %	total	2005	600	600	600
EUR 800 000 000, 1999 <sup>(3)</sup>	5,00 %	total	2006	800	800	800
EUR 150 000 000, 1999	3,75 %	total	2001	–	–	150
indexé FRF 1 300 000 761, 1998 <sup>(4)</sup>	1,00 %	total	2005	71	198	198
FRF 1 500 000 000, 1996	5,25 %	total	2002	–	229	229
				<b>2 821</b>	<b>3 177</b>	<b>1 977</b>
<b>Emprunts obligataires / Placements privés dans le cadre du programme EMTN (Euro Medium Term Notes)</b>						
EUR 8 000 000, 2002	0,00 %	total	2004	8	–	–
EUR 50 000 000, 2002	variable	total	2004	50	–	–
JPY 3 000 000 000, 2002	variable	–	2004	24	–	–
JPY 500 000 000, 2002	0,66 %	–	2004	4	–	–
EUR 130 000 000, 2001	variable	–	2003	130	130	–
EUR 150 000 000, 2001	variable	–	2002	–	150	–
SGD 125 000 000, 2001	4,00 %	total	2006	66	79	–
EUR 55 000 000, 2001	variable	–	2006	55	55	–
JPY 3 000 000 000, 2001	0,16 %	–	2002	–	26	–
JPY 2 400 000 000, 2001	0,15 %	–	2002	–	21	–
EUR 20 000 000, 2001	variable	–	2002	–	20	–
JPY 2 000 000 000, 2001	0,65 %	total	2004	19	19	–
JPY 1 500 000 000, 2001	0,95 %	total	2006	14	14	–
JPY 1 500 000 000, 2001	0,21 %	total	2002	–	14	–
JPY 1 100 000 000, 2001	variable	total	2006	10	10	–
JPY 1 000 000 000, 2001	variable	total	2006	9	9	–
EUR 120 000 000, 2000	variable	–	2002	–	120	120
SGD 100 000 000, 2000	3,55 %	total	2001	–	–	64
EUR 60 000 000, 2000	variable	–	2001	–	–	60
EUR 40 000 000, 2000	variable	–	2004	40	40	40
EUR 30 000 000, 2000	variable	–	2005	30	30	30
EUR 25 000 000, 2000	variable	–	2002	–	25	25
EUR 18 500 000, 2000	variable	–	2001	–	–	19
HKD 100 000 000, 2000	variable	total	2003	15	15	15
				<b>474</b>	<b>777</b>	<b>373</b>
<b>Crédit-bail et locations de longue durée</b>			2003 à 2008	144	178	166
<b>Autres dettes financières</b>			2003 à 2008	1 389	1 508	1 217
<b>Total</b>				<b>4 828</b>	<b>5 640</b>	<b>3 733</b>
<b>Partie à moins d'un an <sup>(5)</sup></b>				<b>(274)</b>	<b>(238)</b>	<b>(235)</b>
<b>Partie à plus d'un an</b>				<b>4 554</b>	<b>5 402</b>	<b>3 498</b>

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair « in fine ».

(1) Emprunt 2001 de 850 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,375 %, contracté selon les modalités suivantes :

- première tranche de 800 millions d'euros, émis à 99,616 % du nominal,
- seconde tranche de 50 millions d'euros, émis à 101,036 % du nominal.

(2) Emprunt 2000 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,75 %, contracté selon les modalités suivantes :

- première tranche de 400 millions d'euros, émis à 99,513 % du nominal,
- deuxième tranche de 150 millions d'euros, émis à 98,563 % du nominal,
- troisième tranche de 50 millions d'euros, émis à 98,846 % du nominal.

(3) Emprunt 1999 de 800 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00 %, contracté selon les modalités suivantes :

- première tranche de 500 millions d'euros, émis à 99,515 % du nominal,
- deuxième tranche de 200 millions d'euros, émis à 97,395 % du nominal,
- troisième tranche de 100 millions d'euros, émis à 96,653 % du nominal.

(4) Emprunt indexé émis en 1998 pour FRF 1 300 000 761 à 100 % du nominal, sur la base d'un cours de référence de l'action LVMH de EUR 42,33. Remboursable en totalité à l'échéance au pair ou pour un montant égal à la moyenne arithmétique des 10 derniers cours de bourse précédant le 1er mai 2005 si ce montant est plus élevé, cet emprunt comporte une option de remboursement anticipé au bénéfice des porteurs entre le 15 mai 2002 et le 15 avril 2005 sur la base du cours de

l'action LVMH. Dans ce cadre, LVMH a remboursé un montant nominal total de 127 millions d'euros au cours de l'exercice 2002 ; les swaps associés à cet emprunt le transformant en totalité en emprunt non indexé à taux variable ont été annulés à due concurrence.

(5) Au 31 décembre 2002, les lignes de crédit irrévocables non encore utilisées dont les échéances sont à plus d'un an excèdent 1,8 milliard d'euros. En raison de ces engagements, une fraction de la partie à moins d'un an des dettes financières à long terme a été maintenue dans les emprunts et dettes financières à plus d'un an, soit 130 millions d'euros.

En outre, en raison du caractère contractuel du droit au renouvellement des tirages, les tirages à court terme sur lignes de crédit confirmées à plus d'un an ont été classés dans les emprunts et dettes financières à plus d'un an, soit 573 millions d'euros (579 millions d'euros au 31 décembre 2001 ; 272 millions d'euros au 31 décembre 2000).

L'ensemble des emprunts obligataires en devises a donné lieu, à l'émission, à la conclusion de contrats de swaps les transformant en emprunts en euros, à l'exception de l'emprunt de SGD 125 000 000 transformé en un emprunt en dollars US. Ces contrats de swaps à l'émission ont pu être complétés par des opérations postérieures de couverture de taux (voir Note 17.2).

La valeur de marché des emprunts obligataires, calculée sur la base des taux d'intérêts prévus dans les contrats d'émission, s'établit au 31 décembre 2002 à 3 530 millions d'euros, pour un montant nominal de 3 446 millions ; si l'on prend en compte également les opérations de couverture réalisées postérieurement, et restant ouvertes à la clôture de l'exercice, la valeur de marché de ces emprunts s'établit à 3 381 millions d'euros.

## 17.2 Répartition par échéance et par devise

(en millions d'euros)

Echéances		Devises	Avant swap	Après swap
2003	274	Euro	4 050	4 160
2004	1,696	Yen japonais	167	115
2005	937	Dollar US	401	467
2006	1 038	Franc suisse	5	5
2007	249	Dollar de Singapour	66	–
2008 et au delà	634	Dollar de Hong Kong Autres devises	106 33	59 22
	<b>4 828</b>		<b>4 828</b>	<b>4 828</b>

Au 31 décembre 2002, et après prise en compte des contrats de swaps en vie à cette date, le montant de la dette ci-dessus est à taux fixe ou taux variable plafonné à hauteur de 51 %, et à taux variable pour le solde soit 49 %.

## 18. AUTRES PASSIFS À PLUS D'UN AN

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés <sup>(1)</sup>	177	256	217
Provisions pour risques et charges	480	548	658
Provisions pour réorganisation	80	160	64
Provision pour participation du personnel aux résultats <sup>(2)</sup>	51	49	57
Différé de règlement de titres de participations	182	114	49
Autres dettes	103	123	119
	<b>1 073</b>	<b>1 250</b>	<b>1 164</b>

(1) Au 31 décembre 2002, les actifs financiers dédiés venant en couverture des engagements ont été déduits de ces derniers ; aux 31 décembre 2001 et 2000, les actifs financiers dédiés figurant à l'actif du bilan étaient de respectivement 81 et 72 millions d'euros.

(2) Sociétés françaises uniquement.

- Les provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés sont commentés en Note 32.
- 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 ; celles-ci, 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.

Au cours de l'exercice 2002, les soldes de provisions pour risques et charges et pour réorganisation ont évolué de la façon suivante :

	31 décembre 2001	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 décembre 2002
Provisions pour risques et charges	548	83	(82)	(17)	(22)	(30)	480
Provisions pour réorganisation	160	17	(44)	(5)	(6)	(42)	80
<b>Total</b>	<b>708</b>	<b>100</b>	<b>(126)</b>	<b>(22)</b>	<b>(28)</b>	<b>(72)</b>	<b>560</b>
dont : résultat opérationnel	–	18	NA	(6)	–	–	–
autres produits et charges	–	82	NA	(16)	–	–	–

## 19. AUTRES DETTES FINANCIÈRES

La répartition par nature et par devise des autres dettes financières est la suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001	2000		Avant swaps	Après swaps
Billets de trésorerie	1 447	2 837	3 670	Euro	1 872	85
Autres lignes de crédit	559	570	1 359	Yen japonais	260	227
Découverts bancaires	298	358	304	Dollar US	11	835
				Livre sterling	1	107
				Franc suisse	–	881
				Autres devises	160	169
	<b>2 304</b>	<b>3 765</b>	<b>5 333</b>		<b>2 304</b>	<b>2 304</b>

Au 31 décembre 2002, les lignes de crédit à court terme confirmées non encore utilisées s'élèvent à 1,9 milliard d'euros environ.

## 20. AUTRES PASSIFS À MOINS D'UN AN

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Opérations de couverture de change	247	276	388
Personnel et organismes sociaux	377	358	362
Etat et collectivités locales : impôts et taxes	181	194	201
Clients : avances et acomptes versés	119	116	116
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	156	235	70
Provisions pour réorganisation	108	171	154
Autres provisions pour risques et charges	284	200	170
Provisions pour reprise de produits	97	116	119
Produits constatés d'avance	45	20	72
Autres dettes	919	936	719
	<b>2 533</b>	<b>2 622</b>	<b>2 371</b>

Le solde « opérations de couverture de change » est principalement constitué de la perte latente résultant de la réévaluation des contrats de couverture en vie à la clôture de l'exercice ou, en cas de gain latent, du produit constaté d'avance résultant de son différé (voir également Note 10).

Au cours de l'exercice 2002, les soldes des provisions pour réorganisation, pour risques et charges et pour reprise de produits ont évolué de la façon suivante :

	31 décembre 2001	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 décembre 2002
Provisions pour réorganisation	171	49	(129)	(15)	17	15	108
Provisions pour risques et charges	200	107	(140)	(13)	129	1	284
Provisions pour reprise de produits	116	87	(100)	(1)	1	(6)	97
<b>Total</b>	<b>487</b>	<b>243</b>	<b>(369)</b>	<b>(29)</b>	<b>147</b>	<b>10</b>	<b>489</b>
dont : résultat opérationnel	–	149	NA	(11)	–	–	–
résultat financier	–	11	NA	(4)	–	–	–
autres produits et charges	–	83	NA	(14)	–	–	–

## 21. RENSEIGNEMENTS PAR GROUPES D'ACTIVITÉS

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires</b>			
Vins et Spiritueux	2 266	2 232	2 336
Mode et Maroquinerie	4 194	3 612	3 202
Parfums et Cosmétiques	2 336	2 231	2 072
Montres et Joaillerie	552	548	614
Distribution sélective	3 337	3 493	3 294
Autres activités et éliminations	8	113	63
<b>Total consolidé</b>	<b>12 693</b>	<b>12 229</b>	<b>11 581</b>
<b>Résultat opérationnel</b>			
Vins et Spiritueux	750	676	716
Mode et Maroquinerie	1 297	1 274	1 169
Parfums et Cosmétiques	161	149	184
Montres et Joaillerie	(13)	27	59
Distribution sélective	20	(213)	(65)
Autres activités et éliminations	(207)	(353)	(104)
<b>Total consolidé</b>	<b>2 008</b>	<b>1 560</b>	<b>1 959</b>
<b>Répartition des actifs</b>			
Vins et Spiritueux	4 822	5 244	5 241
Mode et Maroquinerie	6 184	5 371	4 483
Parfums et Cosmétiques	2 450	2 543	2 568
Montres et Joaillerie	1 625	1 662	1 560
Distribution sélective	4 477	5 054	5 147
Autres activités et éliminations	1 859	3 958	4 193
<b>Total consolidé</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>	<b>23 192</b>
<b>Stocks</b>			
Vins et Spiritueux	1 912	2 018	1 953
Mode et Maroquinerie	459	395	280
Parfums et Cosmétiques	225	282	265
Montres et Joaillerie	196	194	164
Distribution sélective	524	590	657
Autres activités et éliminations	111	176	63
<b>Total consolidé</b>	<b>3 427</b>	<b>3 655</b>	<b>3 382</b>

Sephora.com ayant été reclassé en 2002 du groupe Autres activités au groupe Distribution sélective, les données de 2000 et 2001 ont été retraitées afin de les rendre comparables à celles de 2002.

## 22. RENSEIGNEMENTS PAR ZONES GÉOGRAPHIQUES

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Exportations des sociétés françaises	3 611	3 582	3 261
Part des exportations par rapport aux ventes des sociétés françaises	65%	65%	64%
Part du chiffre d'affaires consolidé réalisé hors France	83%	83%	85%

Les éléments ci-dessous correspondent aux zones géographiques d'implantation des sociétés du Groupe :

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires</b>			
France	5 582	5 519	5 110
Europe (hors France)	2 457	2 375	2 105
Etats-Unis	3 659	3 172	3 042
Japon	1 817	1 774	1 678
Asie (hors Japon)	1 916	2 048	2 096
Autres pays	486	566	562
<b>Total</b>	<b>15 917</b>	<b>15 454</b>	<b>14 593</b>
Eliminations	(3 224)	(3 225)	(3 012)
<b>Total consolidé</b>	<b>12 693</b>	<b>12 229</b>	<b>11 581</b>
<b>Résultat opérationnel</b>			
France	1 306	1 303	1 226
Europe (hors France)	56	32	108
Etats-Unis	(20)	(378)	(104)
Japon	354	312	272
Asie (hors Japon)	281	267	412
Autres pays	31	24	45
<b>Total consolidé</b>	<b>2 008</b>	<b>1 560</b>	<b>1 959</b>
<b>Répartition des actifs</b>			
France	10 635	12 311	12 168
Europe (hors France)	4 139	4 169	4 493
Etats-Unis	3 945	4 391	3 235
Japon	708	642	604
Asie (hors Japon)	1 565	1 728	1 988
Autres pays	425	591	704
<b>Total consolidé</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>	<b>23 192</b>

## 23. FRAIS FINANCIERS NETS

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Frais financiers	(471)	(658)	(628)
Produits financiers	176	192	198
Résultat de cessions de valeurs mobilières de placement	9	(33)	7
Provision pour dépréciation des valeurs mobilières de placement	(3)	17	(17)
Gains ou (pertes) de change à caractère financier	(5)	23	19
	<b>(294)</b>	<b>(459)</b>	<b>(421)</b>
dont frais financiers payés au cours de l'exercice	(479)	(629)	(624)

## 24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES NETS

### En 2002 :

Les autres produits et charges comprennent notamment les éléments suivants : une plus-value nette de 55 millions d'euros, résultant de la cession des marques Pommery, Hard Candy et Urban Decay, de divers actifs immobiliers, et des participations dans Fininfo et Grand Marnier ; une provision complémentaire sur les titres Bouygues de 200 millions d'euros ; des dépréciations exceptionnelles d'actifs pour 116 millions d'euros, dont 41 millions d'euros au titre de stocks et 55 millions relatifs à des immobilisations incorporelles. Les autres produits et charges comprennent en outre un produit net de 17 millions d'euros provenant de cessions d'actions LVMH et variations de provisions sur ces titres, et un montant de 161 millions d'euros relatif notamment aux provisions pour restructuration du réseau de distribution de Moët Hennessy dans certains pays, à la sortie totale du capital de Phillips et à la fermeture de certaines boutiques.

### En 2001 :

Les autres produits et charges incluent les résultats liés au portefeuille d'actions LVMH : des plus-values de cession de 39 millions d'euros, et une provision pour dépréciation sur les titres détenus en fin d'exercice de 343 millions d'euros. Entrent également dans cette rubrique la dépréciation accélérée de stocks d'articles de PLV de la Branche Parfums et Cosmétiques, et diverses dépréciations d'actifs notamment de titres de participations non consolidées.

### En 2000 :

Les autres produits et charges nets incluent pour l'essentiel des plus-values de cession d'actions LVMH s'élevant à 115 millions d'euros.

## 25. IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES

### 25.1 Analyse de la charge d'impôt :

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Impôts courants	(497)	(452)	(678)
Impôts différés	147	260	45
<b>Charge totale d'impôt</b>	<b>(350)</b>	<b>(192)</b>	<b>(633)</b>

### 25.2 Principales composantes des impôts différés :

- Au compte de résultat

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Gains et pertes de change différés	(2)	(21)	21
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	4	1	20
Ecarts d'évaluation	16	7	8
Provisions pour risques et charges et dépréciation d'actifs	5	(20)	(12)
Autres retraitements d'harmonisation et écritures de consolidation	13	30	21
Plus ou moins values latentes	8	27	–
Déficits reportés	103	246	–
Effet des variations de taux d'imposition	–	(10)	(13)
<b>(Charge) / produit d'impôt différé</b>	<b>147</b>	<b>260</b>	<b>45</b>

- Au bilan

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	144	153	146
Ecarts d'évaluation	(280)	(271)	(145)
Provisions pour risques et charges et dépréciation d'actifs	93	95	79
Retraitements de consolidation <sup>(1)</sup>	34	26	96
Plus et moins values latentes	58	48	(8)
Reports déficitaires	376	248	(4)
Autres	5	76	(8)
<b>Impôts différés nets</b>	<b>430</b>	<b>375</b>	<b>156</b>
dont : impôts différés actifs court terme	555	544	266
impôts différés passifs long terme	(125)	(169)	(110)

(1) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et crédit-bail.

### 25.3 Analyse de l'écart entre le taux d'imposition réel 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'analyse de la façon suivante :

(en % du résultat avant impôt)	2002	2001	2000
<b>Taux d'imposition théorique</b>	33½	33½	33½
– Supplément temporaire d'impôt applicable aux sociétés françaises	0,83	3,24	2,8
– Effet des différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(1,14)	(5,10)	(4,0)
– Résultats déficitaires de filiales ou de consolidations fiscales	(6,00)	(5,87)	8,6
– Effets des différences entre les résultats consolidés et imposables, et des résultats imposables à un taux réduit	(1,20)	2,1	(3,8)
– Effet des retenues à la source	0,74	1	0,5
<b>Taux d'imposition effectif</b>	<b>26,6</b>	<b>28,7</b>	<b>37,4</b>

En 2000, les sociétés françaises ont été soumises à un supplément d'impôt courant de 13 % qui a été ramené à 9,3 % en 2001 et 6,3 % en 2002. Ce supplément d'impôt s'est traduit en 2002 par une charge complémentaire de 10 millions d'euros (8 millions d'euros en 2001 et 45 millions d'euros en 2000).

### 25.4 Reports déficitaires :

Au 31 décembre 2002, les reports déficitaires non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs, s'élèvent à 1 810 millions d'euros (1 903 en 2001 et 1 730 en 2000), dont 569 millions d'euros de déficits nés au cours de l'exercice (693 millions d'euros en 2001 et 431 en 2000).

### 25.5 Consolidation fiscale :

- 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. L'adoption de ce régime, qui concerne principalement la société mère LVMH, a généré une économie d'impôt de 314 millions d'euros en 2002 (310 en 2001 ; 59 en 2000).
- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur dans certains pays étrangers, notamment les Etats-Unis et la Grande-Bretagne ont généré une économie d'impôt complémentaire de 35 millions d'euros en 2002 (51 millions d'euros en 2001, 40 millions d'euros en 2000).

## 26. CHARGE D'AMORTISSEMENT DES ÉCARTS D'ACQUISITION.

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Sociétés consolidées par :			
– Intégration globale	(260)	(160)	(141)
– Mise en équivalence	(2)	(8)	–
<b>Charge totale d'amortissement</b>	<b>(262)</b>	<b>(168)</b>	<b>(141)</b>

Voir également Note 27 : Eléments inhabituels, pour la charge d'amortissement enregistrée dans ce compte et Note 2 : Variations de périmètre.

## 27. ÉLÉMENTS INHABITUELS

### En 2001 :

Les éléments inhabituels incluent un produit de 864 millions d'euros au titre de Gucci, dont 774 millions d'euros correspondent à la plus-value de cession de cette ligne de titres, et 90 millions d'euros au dividende exceptionnel perçu au quatrième trimestre. Les éléments inhabituels négatifs incluent des provisions pour restructuration de 446 millions d'euros, dont 385 millions d'euros au titre de la Distribution sélective. Ont été enregistrés également des dépréciations ou amortissement exceptionnel d'actifs pour 480 millions d'euros, dont 323 millions d'euros pour le goodwill DFS, 82 millions pour la participation dans Bouygues, et 60 millions d'euros pour des participations du domaine des TMT. Enfin ont été enregistrés dans les comptes au 31 décembre 2001 l'impact de la cession du contrôle de Phillips, de Pury & Luxembourg à ses dirigeants actuels, soit une charge de 141 millions d'euros ; celle-ci correspond notamment à la dépréciation de la totalité de l'écart d'acquisition. Les éléments inhabituels sont présentés nets de leurs effets positifs d'impôts, soit 71 millions d'euros.

### En 2000 :

Les éléments inhabituels comprennent des résultats de cession, notamment de titres Diageo, à hauteur de 124 millions d'euros, des provisions pour dépréciation sur des participations ou fonds dans le domaine de l'e-business pour 87 millions d'euros, et des coûts exceptionnels supportés pour le développement de l'activité et le renforcement de l'image de Phillips soit 57 millions d'euros.

\*  
\* \*

Au titre de 2000 et 2001, le solde des « éléments inhabituels » non détaillé ci-dessus correspond aux variations exceptionnelles de provisions pour risques et charges.

## 28. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ

### 28.1 Utilisation d'instruments financiers

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont pour objet la couverture des risques liés à son activité. La gestion de ces instruments, négociés le plus souvent sur des marchés organisés ou assimilés, s'effectue principalement de façon centralisée. Les contreparties sont sélectionnées en fonction de leur notation internationale, dans un souci de diversification.

#### – risque de change :

- les filiales du Groupe réalisent une part importante de leurs ventes et éventuellement de leurs achats en devises étrangères ; 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 leur propre monnaie, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants.
- le Groupe peut également couvrir les situations nettes ou dividendes à recevoir de ses filiales situées à l'étranger, par des instruments appropriés ayant pour objet de limiter l'effet sur ses capitaux propres des variations de parité des devises concernées contre euro.
- en raison de l'incidence des variations de parité des devises contre euro, ou devise contre devise, sur le niveau des ventes et de résultat du Groupe, LVMH peut enfin être amené, ponctuellement, à utiliser des instruments non adossés, dont la réévaluation à valeur de marché vient réduire l'effet de ces variations.

#### – risque de taux d'intérêt :

Les instruments de couverture sont affectés à des dettes financières de nominal au moins identique et aux échéances similaires ou postérieures à celles de ces instruments.

Le mode de comptabilisation de ces instruments est décrit dans les principes comptables, en Note 1.3.

## 1. Couverture des risques de change

Toutes devises confondues, les couvertures en vie au 31 décembre 2002, par type d'instrument et en capitaux couverts, évaluées sur la base des cours de change du 31 décembre 2002, sont les suivantes :

(en millions d'euros)	2002	Couvertures affectées à :		Produit / (charge) différé	Valeur de marché
		2003	2004 et après		
<b>* Couvertures commerciales</b>					
Ventes à terme					
– Dollar US	–	20	–	1	1
– Yen	38	8	–	–	–
– Autres	39	60	–	4	4
	77	88	–	5	5
Accumulateurs					
– Dollar US	–	41	20	8	29
– Yen	–	36	17	10	18
– Autres	–	–	–	–	–
	–	77	37	18	47
Options					
– Dollar US	150	846	122	151	118
– Yen	72	411	117	50	42
– Autres	–	33	12	1	1
	222	1 290	251	202	161
Autres opérations	(2)	(2)	–	–	–
<b>Total</b>	<b>297</b>	<b>1 453</b>	<b>288</b>	<b>225</b>	<b>213</b>
<b>* Couvertures financières</b>					
Situations nettes et dividendes					
Ventes à terme	46	17	–	3	3
Accumulateurs	–	23	–	3	4
Options	–	62	–	6	5
	46	102	–	12	12
<b>* Autres opérations</b>	(64)	–	–	–	–
<b>Total</b>	<b>(18)</b>	<b>102</b>	<b>–</b>	<b>12</b>	<b>12</b>

Au 31 décembre 2001, les produits différés s'élevaient à 126 millions d'euros (164 millions d'euros en 2000).

## 2. Instruments de taux d'intérêt

Les couvertures en vie au 31 décembre 2002, par nature et en montants notionnels s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	< 1 an	Echéances 1 à 5 ans	5 à 10 ans
Swaps payeurs de taux fixe	–	564	–
Swaps payeurs de taux variable	2 860	4 123	561
Caps achetés	2 947	2 166	–
Floors vendus	–	650	–

Compte tenu des éléments ci-dessus, la part à taux fixe ou à taux variable plafonnée par caps dans l'endettement net consolidé, y compris les TDI, représente environ 51 %.

Dans ces conditions, une variation instantanée de 1 % du niveau des taux d'intérêt aurait un impact de 30 millions d'euros sur le résultat net.

### 28.2 Effet de conversion des résultats des filiales étrangères

La part dans le résultat net consolidé 2002 représentative des résultats des filiales établissant leurs comptes en livres sterling, yens et monnaies rattachées au dollar s'élève à 265 millions d'euros. Une variation de 10 % du cours de ces devises aurait une incidence de 61 millions d'euros sur le résultat opérationnel, et de 26 millions d'euros sur le résultat net.

## 29. AUTRES ENGAGEMENTS, PASSIFS ÉVENTUELS ET LITIGES EN COURS

### 29.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Raisins, vins et eaux de vie	429	413	407
Immobilisations industrielles ou commerciales	104	80	111
Titres de participation <sup>(1)</sup>	756	975	1 093

(1) y compris les effets des « Événements postérieurs à la clôture » décrits en Note 32.

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 valorisés, selon les activités, 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. Ils couvrent principalement les années 2003 et 2004.

Les engagements d'achat de titres de participation représentent 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.

Ces montants n'incluent pas 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. A la date de ce Protocole d'Accord, la participation de Diageo dans Moët Hennessy avait été évaluée à plus de 1,2 milliard d'euros.

### 29.2 Titrisation de créances commerciales

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Créances ayant fait l'objet de cession Dailly	260	266	123

En raison d'un recours possible du cessionnaire vis à vis de LVMH, à hauteur de 100 millions d'euros, en cas de non paiement par le débiteur de la créance cédée, le financement net effectivement mobilisé est au 31 décembre 2002 de 160 millions d'euros (158 millions au 31 décembre 2001, 60 millions au 31 décembre 2000).

### 29.3 Cautions, avals et autres garanties

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Garanties données</b>			
Avals et cautions	134	58	93
Hypothèques et nantissements	12	16	96
Autres garanties	49	155	84
<b>Garanties reçues</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>27</b>

## 29.4 Engagements de location et assimilés

Au 31 décembre 2002, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier pour les groupes Mode et Maroquinerie, et Distribution sélective, est de 1 526.

Dans de très nombreux pays, les locations de ces magasins sont assorties de montants minima, en particulier lorsque les baux comportent une clause d'indexation des loyers sur le chiffre d'affaires ; c'est notamment le cas des redevances versées dans le cadre de concessions aéroportuaires. En outre, les baux peuvent prévoir une durée minimale non révisable.

Le Groupe finance aussi une partie de son équipement par des locations simples de longue durée.

Enfin certains actifs immobilisés ou équipements industriels ont été acquis ou refinancés par crédit-bail ou lease-back.

Au 31 décembre 2002, les engagements futurs non résiliables

résultant de ces contrats s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Locations simples	2 251	1 934	1 669
Redevances de concessions	916	1 041	973
Redevances de crédit-bail	531	648	621
<b>Engagements de location</b>	<b>3 698</b>	<b>3 623</b>	<b>3 263</b>
Intérêts compris dans les redevances de crédit-bail	(387)	(470)	(455)
<b>Valeur des loyers futurs</b>	<b>3 311</b>	<b>3 153</b>	<b>2 808</b>

Les loyers encourus au cours de l'exercice pour les contrats de locations (nets de sous-locations) sont les suivants :

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Loyers minima	334	509	446

## 29.5 Echancier des engagements au 31 décembre 2002

(en millions d'euros)	Total	moins d'1 an	2 à 3 ans	4 à 5 ans	plus de 5 ans
Engagements d'achat de matières	429	212	143	64	10
Engagements d'achat d'immobilisations	104	93	7	4	–
Engagements d'achat de titres (*)	756	373	55	225	103
Créances ayant fait l'objet d'une cession Dailly	260	260	–	–	–
Engagements de location et assimilés :					
– Locations simples	2 251	321	565	477	888
– Redevances de concessions	916	263	369	118	166
– Redevances de crédit-bail (dont 387 représentatifs d'intérêts)	531	16	33	28	454
Cautions, avals et autres garanties donnés	195	25	7	17	146

(\*) Lorsque l'échéance de l'engagement est conditionnelle, l'échéance retenue est de plus de 5 ans.

## 29.6 Autres engagements

A la connaissance du groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan autres que ceux décrits ci-dessus.

## 29.7 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.

### 30. FRAIS DE RECHERCHE ET DE DÉVELOPPEMENT

Les frais de recherche et développement comptabilisés en charges au cours de l'exercice s'élèvent à 36 millions d'euros en 2002 (27 millions d'euros en 2001 ; 21 millions d'euros en 2000). Ces sommes couvrent les dépenses de recherche scientifique et l'élaboration de nouveaux produits.

### 31. DONNÉES SOCIALES

#### 31.1 Effectifs

L'effectif moyen en 2002 est de 53 812 (53 173 en 2001 ; 47 420 en 2000).

Au 31 décembre, l'effectif des entreprises consolidées par intégration globale se répartit de la façon suivante :

Par groupe d'activité	2002	2001	2000
Vins et Spiritueux	4 801	5 089	5 154
Mode et Maroquinerie	16 323	13 402	11 006
Parfums et Cosmétiques	13 006	13 087	12 758
Montres et Joaillerie	2 366	2 233	1 830
Distribution sélective	18 243	18 542	18 540
Autres activités	1 073	1 442	1 839
<b>Total</b>	<b>55 812</b>	<b>53 795</b>	<b>51 127</b>
Par zone géographique			
France	20 214	19 700	18 374
Europe (hors France)	10 671	10 114	9 088
Amérique	12 798	12 019	12 071
Japon	3 874	3 462	2 918
Asie Pacifique	8 255	8 500	8 676
<b>Total</b>	<b>55 812</b>	<b>53 795</b>	<b>51 127</b>
Par catégorie			
Ouvriers	8 979	9 027	8 333
Employés	31 628	30 820	29 105
Agents de maîtrise	5 568	4 995	4 630
Cadres	9 637	8 953	9 059
<b>Total</b>	<b>55 812</b>	<b>53 795</b>	<b>51 127</b>

Les frais de recherche et développement, élargis aux dépenses de « packaging » et de « design », représentent une charge de 47 millions d'euros pour 2002 (37 millions d'euros en 2001 ; 40 millions en 2000).

#### 31.2 Charges de personnel

- Les charges de personnel s'élèvent à 2 252 millions d'euros (2 242 en 2001 ; 1 989 en 2000).
- Conformément à la loi, toutes les sociétés françaises de plus de 50 salariés ont un accord de participation légale aux résultats. La répartition des montants distribués se fait le plus souvent proportionnellement à la rémunération. La plupart des sociétés françaises du Groupe ont mis en place un accord d'intéressement ; les éléments de calcul font appel à des objectifs de chiffre d'affaires, de résultat et de productivité ; la répartition des montants distribués se fait en général proportionnellement à la rémunération. La charge enregistrée au titre de la participation et de l'intéressement en 2002 s'élève à 69 millions d'euros (54 millions d'euros en 2001, 55 millions d'euros en 2000).

#### 31.3 Rémunération des dirigeants

En 2002, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 952 mille euros à titre de jetons de présence.

Les rémunérations versées, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, aux membres du Conseil d'Administration et aux membres du Comité Exécutif, soit 18 personnes, s'élèvent à respectivement 1 007 et 33 191 mille euros.

### 31.4 Charges et provisions au titre des retraites du personnel, frais médicaux et engagements assimilés

- Charge nette de l'exercice

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Coût des services rendus	34	24	39
Coût de l'actualisation	15	15	18
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(6)	(7)	(4)
Amortissement des écarts actuariels	3	4	5
Modification des régimes	–	7	–
<b>Charge nette</b>	<b>46</b>	<b>43</b>	<b>58</b>

- Analyse de la provision constatée au bilan

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Valeur actualisée des droits	351	292	255
Valeur de marché des actifs financiers dédiés <sup>(1)</sup>	(136)	(113)	(107)
Ecarts actuariels non reconnus	(38)	(4)	(3)
<b>Provision constatée au bilan</b>	<b>177</b>	<b>175</b>	<b>145</b>

(1) Voir Note 18 : Autres passifs à moins d'un an

- Analyse de la variation de l'engagement

(en millions d'euros)	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Eléments non amortis	Engagement figurant au bilan
<b>Solde au 31 décembre 2000</b>	<b>255</b>	<b>(107)</b>	<b>(3)</b>	<b>145</b>
Charge nette de l'exercice	39	(7)	11	43
Prestations versées aux bénéficiaires	(12)	7	–	(5)
Augmentation des actifs financiers dédiés (versements)	–	(21)	–	(21)
Effet des variations de taux de change	5	(1)	–	4
Effet des variations de périmètre	9	–	–	9
Autres (dont écarts actuariels et modifications de régimes)	(4)	16	(12)	–
<b>Solde au 31 décembre 2001</b>	<b>292</b>	<b>(113)</b>	<b>(4)</b>	<b>175</b>
Charge nette de l'exercice	49	(6)	3	46
Prestations versées aux bénéficiaires	(16)	8	–	(8)
Augmentation des actifs financiers dédiés (versements)	–	(22)	–	(22)
Effet des variations de taux de change	(20)	5	–	(15)
Effet des variations de périmètre	1	–	–	1
Autres (dont écarts actuariels et modifications de régimes)	45	(8)	(37)	–
<b>Solde au 31 décembre 2002</b>	<b>351</b>	<b>(136)</b>	<b>(38)</b>	<b>177</b>

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

Taux d'actualisation	2,50 % au Japon, 3,00 à 4,50 % en France, 6,50 à 7,00 % aux Etats-Unis
Taux de rendement long terme attendu des actifs	4,00 % au Japon, 4,50 % en France, 8,70 % aux Etats-Unis
Taux d'augmentation future des salaires	2,00 % à 4,75 %

### 32. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS A LA CLÔTURE

- Au cours du premier trimestre 2003, LVMH a porté sa participation dans Fendi à 84,1 %, par acquisition de titres représentant 17,2 % du capital pour un montant de 190 millions d'euros.
- En février 2003, LVMH a :
  - cédé sa participation de 36 % dans Michaël Kors pour un montant de 13,9 millions de dollars ;
  - cédé sa participation résiduelle de 27,5 % dans Phillips, pour 1 dollar US symbolique, cette opération n'ayant pas d'effets complémentaires à ceux déjà comptabilisés sur 2002 ;
  - porté sa participation dans Rossimoda de 45 % à 97 %, pour un montant de 32,5 millions d'euros.

### 33. RETRAITEMENTS US GAAP

Sont présentés ci-dessous, à titre d'information provisoire, les principaux éléments de rapprochement entre les montants de résultat et capitaux propres en normes françaises et ceux qui résulteraient de l'application des US GAAP, tels qu'ils seront présentés dans le 20F.

#### Instruments dérivés :

La norme SFAS 133 conduit à enregistrer à leur valeur de marché (tel que définie par le SFAS 107) l'ensemble des instruments dérivés, et notamment les dérivés « incorporés ». Les variations de valeur de marché sont enregistrées en résultat, à l'exception des variations relatives aux dérivés qui répondent à la qualification de couverture ; les critères de documentation requis permettant de bénéficier de la qualification de couverture n'étant pas formellement remplis par le Groupe, les variations de valeur affectent le résultat US GAAP.

#### Titres de participation de l'activité de portefeuille :

Dans les comptes du Groupe préparés selon les normes françaises, les titres de participation de sociétés cotées sont enregistrés à leur coût historique, une dépréciation étant enregistrée lorsqu'il est constaté une perte de valeur durable de la participation. En application de la norme SFAS 115, ces titres de participation doivent être systématiquement valorisés au cours de bourse de clôture, les gains et pertes latentes étant imputées dans un compte de situation nette, à l'exception des pertes jugées durables qui sont enregistrées en résultat.

#### Actions LVMH :

Les actions LVMH auto-détenues, qui figurent à l'actif du bilan présenté selon les normes françaises, viennent en diminution des capitaux propres en US GAAP. Les éventuelles plus ou moins values et dépréciations constatées dans le résultat présenté selon les normes françaises sont ainsi retraitées en capitaux propres en US GAAP.

#### Provisions pour risques et charges :

Jusqu'à l'exercice 2001, certaines provisions enregistrées dans les comptes du Groupe en normes françaises ne remplissaient pas les conditions formelles de constitution fixées par les US GAAP.

#### Amortissement des marques :

Les marques ne sont pas amorties dans les comptes du Groupe présentés selon les normes françaises ; depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2002, les marques sont amorties sur des durées inférieures à 40 ans en US GAAP, à l'exception des marques dont la durée de vie est considérée comme indéfinie, qui font l'objet de tests d'« impairment » périodiques.

#### Acquisitions à des sociétés contrôlant le Groupe LVMH :

Les actifs et passifs des participations acquises auprès de sociétés contrôlant LVMH sont enregistrées dans les comptes du Groupe selon les normes françaises sur la base de leur valeur réelle lors de l'acquisition, alors qu'ils sont maintenus en valeur historique dans les comptes préparés selon les US GAAP.

#### Amortissement et dépréciation des écarts d'acquisition :

- depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2002, en application de SFAS 141 et 142, les écarts d'acquisition ne donnent plus lieu à amortissement en US GAAP, mais font l'objet de tests d'« impairment » périodiques ; ils restent amortis en normes françaises.
- la dépréciation exceptionnelle constatée en 2001 sur l'écart d'acquisition de DFS est calculée en normes françaises sur la base du taux de change historique du dollar à la date de l'acquisition de DFS par LVMH ; en normes US, en application de SFAS 52, ce calcul s'effectue sur la base du taux de change à la date de l'« impairment test. »

# LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2002

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
<b>VINS ET SPIRITUEUX</b>			
Champagne Moët & Chandon SCS	Eprenay, France	100 %	66 %
Champagne Ruinart SA	Reims, France	100 %	66 %
Champagne Ruinart UK Ltd	Newhaven, Royaume-Uni	100 %	66 %
France Champagne SA	Eprenay, France	100 %	66 %
De Fresnoy SA	Eprenay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Chandon SA Espagne	Sant Cugat, Espagne	100 %	66 %
Moët & Chandon SA (Suisse)	Genève, Suisse	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Oiry, France	100 %	66 %
Schieffelin Partner Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %
Moët Hennessy Mexico	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 %
Domaine Chandon Inc.	Yountville (Californie), U.S.A.	100 %	66 %
M Chandon do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %
Bodegas Chandon SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %
Domaine Chandon Australia, Pty Ltd.	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %
Cheval des Andes SA	Buenos Aires, Argentine <sup>(1)</sup>	50 %	33 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia SpA	Turin, Italie	100 %	66 %
Schieffelin & Sommerset Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %
Schieffelin & Co Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %
MH UDV France SA	Paris, France	100 %	66 %
Deux Rivières General Partnership	Yountville (Californie), U.S.A. <sup>(2)</sup>	100 %	15 %
Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Reims, France	100 %	66 %
Champagne Canard-Duchêne SA	Ludes, France	100 %	66 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %
Negama SA	Reims, France	50 %	33 %
Veuve Clicquot U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Clicquot Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd.	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd.	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle Zélande	100 %	66 %
Scharffenberger Cellars Inc	Napa Valley (Californie) U.S.A.	100 %	66 %
Marques Champagne Spiritueux GIE	Bruxelles, Belgique <sup>(2)</sup>	100 %	66 %
Paragon Vintners Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Krug SA	Reims, France	100 %	66 %
Veuve Clicquot Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %
Mountadam Vineyards Pty Ltd	Adelaide, Australie	90 %	59 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), U.S.A.	60 %	40 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	65 %	65 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64 %	64 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %
Thomas Hine & Cie SA	Jarnac, France	100 %	65 %
DMJ Holdings BV	Amsterdam, Pays-Bas <sup>(3)</sup>	67 %	44 %
UD Moët Hennessy BV	La Haye, Pays-Bas <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Hennessy Dublin Ltd.	Dublin, Irlande	100 %	65 %
Edward Dillon & Co Ltd.	Dublin, Irlande <sup>(2)</sup>	33 %	22 %
Hennessy Far East Ltd.	Hong Kong	100 %	65 %
Riche Monde Orient Limited	Hong Kong <sup>(3)</sup>	75 %	49 %
Riche Monde Ltd.	Hong Kong <sup>(3)</sup>	100 %	49 %
Riche Monde (China) Ltd	Hong Kong	100 %	49 %
Moët Hennessy UDG (Far East) Ltd.	Hong Kong <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Riche Monde Singapour Pte Ltd.	Singapour <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Riche Monde Malaisie Inc.	Petalang Jaya, Malaisie <sup>(3)</sup>	50 %	33 %
Riche Monde Taïpei Ltd.	Taïpei, Taïwan <sup>(3)</sup>	100 %	49 %
Riche Monde Bangkok Ltd.	Bangkok, Thaïlande <sup>(3)</sup>	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 Dehli, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	65 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Moët Hennessy Netherland BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	66 %
Jardine Wines & Spirits KK	Tokyo, Japon <sup>(3)</sup>	100 %	44 %
Moët Hennessy Asia Pte Ltd.	Singapour	100 %	65 %
Millennium Import LLC	Wilmington (Delaware), U.S.A.	40 %	26 %
<b>MODE ET MAROQUINERIE</b>			
Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
SNC Société des Ateliers Louis Vuitton	Paris, France	100 %	100 %
SNC Société Louis Vuitton Services	Paris, France	100 %	100 %
SNC Société des Magasins Louis Vuitton – France	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Louis Vuitton U.K. Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Louis Vuitton Espana SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Catalana Talleres SA	Barbera del Valles, Espagne	100 %	100 %
Louis Vuitton Netherlands BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton Italia SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Louis Vuitton Portugal, Malcero, Lda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Louis Vuitton Ltd	Tel Aviv, Israël	100 %	100 %
Louis Vuitton Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Louis Vuitton Aktiebolag (Suède) 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 GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Louis Vuitton Cantacilic Ticaret, Anonim Sirketi	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Louis Vuitton US Manufacturing, Inc.	San Dimas (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Hawaii, Inc.	Honolulu (Hawaii), U.S.A.	100 %	100 %
Atlantic Luggage Company, Ltd	Hamilton, Bermudes	40 %	40 %
Louis Vuitton Guam, Inc.	Agana, Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan, Inc.	Saipan, NMI	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	San Dimas (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Distribucao Ltda	Brasilia, Brésil	100 %	100 %
Louis Vuitton Mexico, SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Blinfar SA	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %
Louis Vuitton Chili Ltda.	Santiago, Chili	100 %	100 %
Louis Vuitton Pacific Ltd.	Hong Kong	100 %	100 %
Louis Vuitton Hong Kong Ltd.	Hong Kong	100 %	100 %
Louis Vuitton Singapore Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Louis Vuitton Malaysia Sdn Berhad Inc.	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Louis Vuitton Taïwan Ltd.	Taïpei, Taïwan	90 %	90 %
Louis Vuitton Comete Services Ltd.	Taïpei, Taïwan	90 %	90 %
Louis Vuitton Australia, Pty Ltd.	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Louis Vuitton New Zealand Ltd.	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Louis Vuitton Cup New Zealand, Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Louis Vuitton Kuweit (SEP)	Koweït City, Koweït	60 %	60 %
Louis Vuitton UAE	Dubai, Emirats Arabes Unis	65 %	65 %
Louis Vuitton Saoudi Arabia LLC	Jeddah, Arabie Saoudite	65 %	65 %
Louis Vuitton Korea, Ltd.	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostok LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
Louis Vuitton Argentine SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Louis Vuitton Colombian Corp.	Bogota, Colombie	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc SARL	Casablanca, Maroc	100 %	100 %
Louis Vuitton Venezuela SA	Caracas, Venezuela	100 %	100 %
Louis Vuitton Multimedia Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Limited	Freguesia da Sé, Macau	100 %	100 %
Louis Vuitton Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Louis Vuitton N.A. Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Canada Inc.	Toronto, Canada	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
Marc Jacobs International LLC	New York, U.S.A.	96 %	96 %	Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	66 %	66 %
Marc Jacobs Trademark LLC	New York, U.S.A.	96 %	96 %	Modulo BV	Amstelveen, Pays-Bas	100 %	100 %
Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Givenchy Corporation	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Lopena SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Givenchy Co Ltd	Japon	100 %	100 %
Manufacturas Loewe SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %	Gentleman Givenchy Far East Ltd.	Hong Kong	100 %	100 %
SNC Loewe International	Paris, France	100 %	100 %	Givenchy China Co Ltd	Hong Kong	51 %	51 %
SNC Loewe France	Paris, France	100 %	100 %	Christian Lacroix SNC	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hermanos (U.K) Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Gabrielle Studio Inc	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Saïpan Inc.	Saïpan, NMI	100 %	100 %	Donna Karan International Inc.	New York, U.S.A.	89 %	89 %
Loewe Guam, Inc	Agana, Guam	100 %	100 %	The Donna Karan Company	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Hawaii, Inc.	Honolulu (Hawaii) U.S.A.	100 %	100 %	Donna Karan Services company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	89 %
Loewe Hong Kong Ltd.	Hong Kong	100 %	100 %	DK Company Holdings BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	89 %
Loewe Japan KK	Tokyo, Japon	93 %	92 %	DK Company Holdings LLC	Delaware, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Fashions (Singapore) Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %	Donna Karan Store Corp	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Malaysia Sdn berhad Inc.	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	DK Footwear Partners	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Taiwan Ltd.	Taipei, Taïwan	100 %	90 %	Donna Karan Studio	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Australia, Pty Ltd.	Sydney, Australie	100 %	100 %	The Donna Karan Company Store GP	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Deutschland GmbH	Dusseldorf, Allemagne	100 %	100 %	Donna Karan UK Holding LLC	Delaware, U.S.A.	100 %	89 %
Serrano Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %	The Donna Karan Company Store holding UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %	Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Société Distribution Robert Etienne, SNC	Paris, France	100 %	100 %	Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Stefanobi Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Donna Karan Company Stores UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %	Donna Karan Hong Kong Ltd	Hong Kong	100 %	89 %
Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %	Donna Karan Italy Srl	Milan, Italie	100 %	89 %
Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %	Donna Karan Italy Shoe Company Srl	Milan, Italie	100 %	89 %
LVMH Fashion (Shanghai) Trading Co, Ltd	Hong Kong	100 %	100 %	Fendi International BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	67 %
LVMH Fashion Group Japan	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fendi International France SA	Paris, France	100 %	67 %
LVMH Fashion Group Industria Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi SA Luxembourg	Luxembourg	67 %	67 %
Mélèze (Montaigne KK)	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fendi Srl	Rome, Italie	100 %	67 %
Celux Inc, Corporation	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fendissime Srl	Rome, Italie	100 %	67 %
Inchisa SRL	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Servizi Srl	Rome, Italie	100 %	67 %
LVNA Finances Corp	New York, U.S.A.	100 %	100 %	Fendi Adele Srl	Rome, Italie	100 %	67 %
Michael Kors Inc	New York, U.S.A. (2)	36 %	36 %	Fendi Industrie Srl	Florence, Italie	100 %	67 %
Céline SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Italie Srl	Rome, Italie	100 %	67 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi U.K. Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	67 %
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	100 %	Fendi France SA	Paris, France	100 %	67 %
Céline Montaigne SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Japan K.K.	Tokyo, Japon	70 %	47 %
Céline Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %	Fendi Hawaii, Inc	Honolulu (Hawaii), U.S.A.	100 %	67 %
Céline Italia Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Stores	New York, U.S.A.	100 %	67 %
Céline Production Srl	Florence, Italie	100 %	100 %	Fendi Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	67 %
Céline Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	Fendi Guam	Tumon, Guam	100 %	67 %
Céline U.K. Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi Saipan Inc	Saïpan, NMI	100 %	67 %
Céline Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %	Fendi Asia Pacific Limited	Hong Kong	100 %	67 %
Céline Japon KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée	100 %	67 %
Céline (Hong Kong) Ltd	Hong Kong	99 %	99 %	Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	75 %	50 %
Céline (Singapour) Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %	Fendi Hong Kong Limited	Hong Kong	70 %	47 %
Céline Guam Inc.	Tamaning, Guam	100 %	100 %	Fendi China Boutiques Limited	Hong Kong	70 %	47 %
Céline Saïpan Inc	Saïpan, NMI	100 %	100 %	Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	67 %
Céline Hawaiï Inc	Hawaiï, U.S.A.	100 %	100 %	Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	67 %
Céline Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Emilio Pucci Srl	Florence, Italie	96 %	96 %
Céline Taïwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	95 %	Emilio Pucci International BV	Naarden, Pays-Bas	67 %	67 %
Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %	Casor Spa	Castel Maggiore (Bologne), Italie	67 %	64 %
Kenzo Homme SA	Paris, France	60 %	60 %	Emilio Pucci Ltd	New York, U.S.A.	100 %	96 %
Modulo SA	Paris, France	100 %	100 %	Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Kami SA	Montbazon, France	100 %	100 %	Thomas Pink Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	100 %
Kenzo Deutschland GmbH	Berlin, Allemagne	100 %	100 %	Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	Thomas Pink Inc	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Kenzo Paris KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Thomas Pink Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Kenzo NA Inc., Corp.	Wilmington (Delaware), U.S.A.	100 %	100 %	Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Fashion Iberica, SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %				
Kenzo Hommes UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	60 %				

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	INTÉRÊT
<b>PARFUMS ET COSMÉTIQUES</b>			
Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %
LVMH P&C do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	99 %
FAC SA (Argentine)	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
Parfums Christian Dior UK Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Christian Dior BV Netherlands	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Parfums Christian Dior GmbH (Germany)	Dusseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Laboratorios Farlabo SA	Madrid, Espagne <sup>(2)</sup>	25 %	25 %
LVMH Perfumes y Cosmetics Iberica SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Parfums Christian Dior SAB (Belgique)	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Italie SpA	Pise, Italie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Ireland Ltd. Diorfil SA (Grèce)	Dublin, Irlande Athènes, Grèce	100 % 100 %	100 % 100 %
Parfums Christian Dior AG (Suisse)	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes Inc.	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 KK (Japon)	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Singapore Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong	100 %	100 %
Fa Hua Taiwan Ltd.	Taïpei, Taiwan	100 %	100 %
Parfums Christian Dior China Co, Ltd.	Shanghaï, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Koréa Ltd.	Séoul, Corée du Sud	75 %	75 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd.	Hong Kong	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc.	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fa Hua Hong Kong Co, Ltd.	Hong Kong	100 %	100 %
Pardior de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A/S k	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Australia) Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AS Ltd	Hoevik, Norvège	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AB Suède	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Parfums Christian Dior New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior GMBH (Austria)	Vienne, Autriche	100 %	100 %
INA Services Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
LVMH P&C GmbH (Germany)	Dusseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Cosmetic of France Inc	Miami, U.S.A.	100 %	100 %
GIE LVMH P&C Recherche	Paris, France	100 %	100 %
GIE Parfums et Cosmétiques Information Services – PCIS	Paris, France	100 %	100 %
Perfumes Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Guerlain SA	Paris, France	100 %	100 %
Guerlain Parfumeur GmbH	Wiesbaden, Allemagne	100 %	100 %
Guerlain GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cofra GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Guerlain SA (Belgique)	Fleurus, Belgique	100 %	100 %
Oy Guerlain AB	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Guerlain SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Guerlain Ltd	Perivale, Royaume-Uni	100 %	100 %
Guerlain de Portugal Lda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	INTÉRÊT
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	Satelite, Mexique	100 %	100 %
Guerlain Puerto Rico Inc.	San Juan, Puerto Rico	100 %	100 %
Guerlain Asia Pacific Ltd (Hong Kong)	Hong Kong	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Guerlain Taiwan Co Ltd.	Taïpei, Taïwan	100 %	100 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Guerlain South East Asia Singapore Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Guerlain Malaisie SDN Berhad Inc	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Michael Kors Licences LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Marc Jacob Licences LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Kenneth Cole LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	73 %	73 %
Make Up For Ever UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	73 %
Make Up For Ever LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Make Up For Ever KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Make Up For Ever Italie SRL	Milan, Italie	100 %	73 %
Parfums Givenchy SA	Levallois, France	100 %	100 %
Parfums Givenchy Ltd.	Hersham, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Givenchy GmbH	Wiesbaden, Allemagne	100 %	100 %
Parfums Givenchy Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Parfums Givenchy Canada Ltd.	Toronto, Canada	100 %	100 %
Parfums Givenchy KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Givenchy Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Parfums Givenchy Western Hemisphere Div. Inc.	Miami (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
Parfums Givenchy Asia Pacific Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Kenzo Parfums France SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Parfums Italia Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Kenzo Parfums USA LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Laflachère SA	Saint Vêrand, France	100 %	57 %
La Brosse et Dupont SA	Courbevoie, France	100 %	57 %
Lardenois SA	Hermes, France	100 %	57 %
Lardenois Portugal SA	S. Domingos de Rana, Portugal	100 %	57 %
Mitsie SA	Tarare, France	100 %	57 %
Serpe SA	Barcelone, Espagne	100 %	57 %
Arielux SA	Arielux, France	100 %	57 %
Ladoë SA	Ladoë, France	100 %	57 %
LBD Ménage SAS	Bethisy Saint Pierre, France	100 %	57 %
LBD Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	57 %
SCI Masurel	Tourcoing, France	100 %	57 %
SCI Sageda	Orange, France	100 %	57 %
LBD Asia Ltd	Hong Kong	95 %	54 %
La Niçoise SA	Carros, France	95 %	54 %
AGD Italie Srl	Stezzano, Italie	100 %	57 %
Centre formation SARL	Saint Vêrand, France <sup>(2)</sup>	100 %	57 %
Etablissements Mancret Père et Fils SA	Grenoble, France	100 %	57 %
Inter-Vion Spolka Akeyjna SA	Varsovie, Pologne	51 %	29 %
Europa Distribution, SAS	Saint Etienne, France	67 %	38 %
LBD Industries SAS	Beauvais, France	100 %	57 %
Bliss World LLC	New York, U.S.A.	70 %	70 %
Bliss UK Ltd	Royaume Uni	100 %	70 %
Benefit Cosmetics LLC	San Francisco, U.S.A.	70 %	70 %
Benefit Cosmetics UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	70 %
Fresh Inc	Boston (Massachusetts), U.S.A.	65 %	65 %
LVMH New Cosmetic KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Perfumes and Cosmetics Services LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
<b>MONTRES ET JOAILLERIE</b>				<b>DISTRIBUTION SÉLECTIVE</b>			
TAG Heuer International SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %	Sephora SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
TAG Heuer SA	Marin, Suisse	100 %	100 %	Immo-Parfums SARL	Boigny sur Bionne, France	100 %	100 %
LVMH Relojeria & Joyeria Espaola SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Sephora France SA	Boigny sur Bionne, France	100 %	100 %
LVMH Montres & Joaillerie France SA	Paris, France	100 %	100 %	Plus Beau Moins Cher SARL	Levallois Perret, France	75 %	75 %
LVMH Watches & Jewelry Italia SpA	Milan, Italie	100 %	100 %	Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
TAG Heuer Deutschland GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %	Sephora Espagne SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Sephora Italie SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry UK Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Sephora Portugal Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Ebel Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Sephora Pologne SPZ00	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
Tag Heuer Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Sephora Deutschland GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
LVMH Watches et Jewelry USA Inc	Springfield, New Jersey, U.S.A.	100 %	100 %	Progen SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Pro Time Service Inc	Springfield, New Jersey, U.S.A.	100 %	100 %	Espansione Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %	Sephora UK	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry Far East Ltd	Hong Kong	100 %	100 %	Clab Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Sephora Marinopoulos SA	Alimos, Grèce	50 %	50 %
LVMH Watches & Jewelry Malaysia Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	Beauty Shop Romania SA	Bucarest, Roumanie	100 %	50 %
TAG Heuer Asia Ltd	Labuan, Malaisie	100 %	100 %	Spring Time Cosmetics SA	Athènes, Grèce	55 %	28 %
LVMH Watches & Jewelry Capital Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Sephora US LLC.	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Sephora Tchèque SRO	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %	Kanel SA	Athènes, Grèce	50 %	50 %
LVMH Watches & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong	100 %	100 %	LVMH Specialty Retail Concepts, LLC	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watches & Jewelry Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %	LVMH Selective Distribution Group LLC	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %	Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	57 %	57 %
Miserez SARL	Bendorf, France	100 %	100 %	DFS Holdings Limited	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
ArteCad SA	Tramelan, Suisse	100 %	100 %	DFS Australia Pty. Limited	Sydney, Australie	100 %	61 %
LVMH Watches et Jewelry Carribean & Latin America Inc	Coral Gables (Floride), U.S.A.	100 %	100 %	DFS Australia Superannuation Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
ArteLink Srl	Fratte di S. Giustina in Colle, Italie	100 %	100 %	DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %
LVMH Watches & Jewelry India Private Ltd	New Delhi, India	96 %	96 %	DFS Group Limited	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
Ebel SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	DFS European Logistics Limited	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
Ebel USA Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %	DFS Saipan Limited	Saipan, Northern Mariana Islands	100 %	61 %
Swisswave Europe SA	Villiers-Le-Lac, France	100 %	100 %	Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Northern Mariana Islands	100 %	61 %
Glasnost Edition SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	Commonwealth Investment Company, Inc	Northern Mariana Islands	97 %	59 %
Ebel boutique Crans SA	Crans-sur-Sierre, Suisse	100 %	100 %	Duty Free Shoppers Hong Kong Limited	Kowloon, Hong Kong	100 %	61 %
SI de l'immeuble rue de la Paix 101	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	DFS China Partners Limited	Kowloon, Hong Kong	100 %	61 %
LVMH W&J Germany GmbH	Munich, Allemagne	100 %	100 %	DFS New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	61 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %	Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume Uni	100 %	100 %	DFS Merchandising Limited	Antilles Néerlandaises	100 %	61 %
Chaumet KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	DFS Korea Limited	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %	DFS Seoul Limited	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
Chaumet Monte-Carlo SAM	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %	DFS Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	61 %
Zenith International SA	Le Locle, Suisse	100 %	100 %	DFS Okinawa KK	Okinawa, Japon	100 %	61 %
Zenith Time Co Ltd	Manchester, Royaume Uni	100 %	100 %	DFS Palau Limited	Koror, Palau	100 %	61 %
Guido Descombes SpA	Milan, Italie	100 %	100 %	DFS Singapore (Pte) Limited	Singapour	100 %	61 %
Omas Srl	Bologne, Italie	100 %	100 %	DFS Trading Singapore (Pte) Limited	Singapour	100 %	61 %
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume Uni <sup>(2)</sup>	50 %	50 %	DFS Venture Singapore (Pte) Limited	Singapour	100 %	61 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	DFS Taiwan Limited	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Favre Leuba SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	DFS Galleria Taiwan Limited	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Les Ateliers Horlogers CD LVMH SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	Bloomburg Ltd	Bermudes	100 %	61 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %	Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Joaillerie de Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %	Duty Free Shoppers Macau Limited	Hong Kong	45 %	28 %
Fred Genève SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	DFS Macau Limited	Hong Kong	50 %	31 %
Fred Inc.	Beverly Hills (Californie), U.S.A.	100 %	100 %	Hong Kong International Boutique Partners	Hong Kong	50 %	31 %
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume Uni	100 %	100 %	DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Benedom France SA	Paris, France	100 %	100 %	Singapore International Boutique Partners	Singapour	50 %	31 %
				JAL/DFS Duty Free Shoppers KK	Chiba, Japon	40 %	25 %
				TRS New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	45 %	28 %
				Travel Retail Shops Pte Limited	Sydney, Australie	45 %	28 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
DFS Group L.P.	Delaware, U.S.A.	100 %	61 %
JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, U.S.A.	80 %	49 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Los Angeles (Californie), U.S.A.	77 %	47 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, U.S.A.	100 %	61 %
DFS / Waters.	Dallas (Texas) U.S.A.	68 %	42 %
Hawaï International Boutique Partners	Honolulu, Hawaï, U.S.A.	50 %	31 %
TRS Hawaii LLC	Honolulu, Hawaï, U.S.A.	45 %	28 %
TRS Saipan	Garapan, Saipan MP	45 %	28 %
TRS Guam	Tumon, Guam	45 %	28 %
DFS Guam LP	Tamuning, Guam	NA	61 %
DFS Liquor Retailing Limited	Delaware, U.S.A.	NA	61 %
Twenty Seven – Twenty Eight Corp.	Delaware, U.S.A.	NA	61 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %
SEGEF SNC	Paris, France	100 %	99 %
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %
Balthazar SNC	Paris, France	100 %	100 %
Tumon Entertainment LLC	Tamuring, Guam	100 %	100 %
Comete Guam Inc.	Tamuring, Guam	100 %	100 %
Tumon Games LLC	Tamuring, Guam	100 %	100 %
Tumon Aquarium LLC	Tamuring, Guam	100 %	100 %
Comete Saipan Inc	Saipan NMI	100 %	100 %
Cruise Line Holdings Co	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
International Cruise Shop	Cayman Islands	100 %	100 %
Starboard Holdings Ltd	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Cruise Management International Inc	Miami (Florida) U.S.A.	100 %	100 %
On-Board Media Inc	Miami (Florida) U.S.A.	100 %	100 %
Starboard Cruise Services Inc	Miami (Florida) U.S.A.	100 %	100 %
Fort Lauderdale Partnership	Ft Lauderdale (Florida) U.S.A.	75 %	75 %
Miami Airport Duty-Free Joint Venture	Miami (Florida) U.S.A.	66 %	66 %
Sephora.com Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %

#### AUTRES ACTIVITÉS

DI Groupe SA (ex Desfossés International SA)	Paris, France	100 %	99 %
DI Services SAS	Paris, France	100 %	99 %
Imprimerie Desfossés SA	Paris, France	100 %	99 %
Tribune Desfossés SA	Paris, France	100 %	99 %
Radio Classique SA	Paris, France	100 %	99 %
Editions Classiques Affaires SARL	Paris, France	100 %	99 %
System TV SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	99 %
DI Regie SAS	Paris, France	100 %	99 %
SFPA SARL (Connaissance des Arts)	Paris, France	100 %	99 %
Froville Editions SARL	Paris, France	100 %	99 %
D2I SA	Paris, France	100 %	99 %
Investir Publications SA	Paris, France	100 %	99 %
Investir Télécom SA	Paris, France	100 %	99 %
Investir Formation SARL	Paris, France	100 %	99 %
Compo Finance SARL	Paris, France	100 %	99 %
SID Presse SARL	Poitiers, France	100 %	99 %
SID Développement SA	Poitiers, France	100 %	99 %
SID Editions SA	Paris, France	100 %	99 %
SID Magazine SA	Paris, France	100 %	99 %
SOFPA SA	Lausanne, Suisse	100 %	100 %
Bonhams Brooks PS & N Limited	Londres, Royaume-Uni	50 %	50 %
Art & Auction Magazine LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Etude Tajan SA	Paris, France	100 %	99 %
E-Luxury.com Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
SCI du 30 de l'avenue Hoche	Paris, France	100 %	97 %
Ufipar SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sofidiv SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Boulogne Billancourt, France	100 %	85 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Moët Hennessy SNC	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy International SA	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
Creare SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
Delphine SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Eutrope SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Art & Auction Group SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Compagnie Financière Laflachère SA	Boulogne Billancourt, France	57 %	57 %
LV Capital SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Moët Hennessy Inc.	New York, U.S.A.	100 %	66 %
One East 57th Street LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp	New York, U.S.A.	100 %	100 %
1896 Corporation	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Prada BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Sofidiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Shinagawa project KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Osaka Fudosan Company Limited	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong	100 %	100 %
LVMH	Paris, France		Société mère
Moët Hennessy Louis Vuitton SA			

- (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

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS DE L'EXERCICE 2002

Mesdames, Messieurs,

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 SA relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002, 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.

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 sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du groupe, conformément aux normes professionnelles applicables en France. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY



LA SOCIÉTÉ LVMH MOET HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.



# ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

## Conseil d'Administration

Bernard Arnault  
*Président et Directeur Général*

Antoine Bernheim<sup>1</sup>  
*Vice-Président*

Antonio Belloni  
*Directeur Général Délégué*

Jean Arnault  
Nicolas Bazire  
Nicholas Clive Worms<sup>1</sup>  
Diego Della Valle<sup>1</sup>  
Michel François-Poncet<sup>1</sup>  
Albert Frère  
Jacques Friedmann<sup>1</sup>  
Pierre Godé  
Gilles Hennessy  
Arnaud Lagardère<sup>1 2</sup>  
Jean Peyrelevade<sup>1</sup>  
Lord Powell of Bayswater  
Felix G. Rohatyn

## Censeur

Kilian Hennessy<sup>1</sup>

## Comité d'Audit de la Performance

Michel François-Poncet<sup>1</sup>  
*Président*

Nicholas Clive Worms<sup>1</sup>  
Gilles Hennessy

## Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations

Antoine Bernheim<sup>1</sup>  
*Président*

Albert Frère  
Kilian Hennessy<sup>1</sup>

## Comité exécutif

Bernard Arnault  
*Président et Directeur Général*

Antonio Belloni  
*Directeur Général Délégué*

Nicolas Bazire  
*Développement et Acquisitions*

Ed Brennan  
*Travel retail*

Yves Carcelle  
*Mode et Maroquinerie*

Patrick Choël  
*Parfums et Cosmétiques*

Pierre Godé  
*Conseiller du Président*

Patrick Houël  
*Finances*

Concetta Lanciaux  
*Conseiller du Président, Synergies,  
Délégué général LVMH Italie*

Pierre Letzelter  
*Sephora*

Christophe Navarre  
*Vins et Spiritueux*

Philippe Pascal  
*Montres et Joaillerie*

Daniel Piette  
*LV Capital*

Bernard Rolley  
*Opérations*

## Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
*représenté par Henri Lejetté*

ERNST & YOUNG AUDIT  
*représenté par Gabriel Galet  
et François Hilly*

<sup>1</sup> Personnalité indépendante.

<sup>2</sup> Nomination proposée à l'Assemblée Générale du 15 mai 2003.

## I. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES ADMINISTRATEURS

### **M. Bernard ARNAULT**, Président et Directeur Général

Né le 5 mars 1949

Nationalité : français

Date de première nomination : 26 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

---

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Président et Directeur Général de la société Montaigne Participations et Gestion, France.

Président du Conseil d'Administration de la société Christian Dior, France.

Président du Conseil d'Administration de la Société Civile du Cheval Blanc, France.

Président de la société Groupe Arnault SAS, France.

Administrateur des sociétés :

- Christian Dior Couture, France ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton (Japon) KK, Japon ;
- Moët Hennessy Inc., Etats-Unis .

Représentant permanent de la société Montaigne Participations et Gestion, Administrateur de Financière Agache, France.

Représentant légal de la société Montaigne Participations et Gestion, Président de Gasa Développement, France, et de Financière Saint Nivard, France.

Membre du Comité de Surveillance de Financière Jean Goujon, France.

### **M. Jean ARNAULT**

Né le 23 octobre 1919

Nationalité : français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

---

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Président et Directeur Général de la société Omnium Lyonnais d'Etudes, France.

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

Président de la société Heliantis, France.

Administrateur des sociétés :

- Belle Jardinière, France ;
- Christian Dior Couture, France ;
- Financière Agache, France ;
- Montaigne Finance, France ;
- Parfums Christian Dior, France.

Membre du Comité de Direction de Groupe Arnault SAS, France.

Représentant légal de la société Montaigne Participations et Gestion, Président de Financière Saint Nivard, France, et de Gasa Développement, France.

### **M. Nicolas BAZIRE**, Directeur Chargé de mission

Né le 13 juillet 1957

Nationalité : français

Date de première nomination : 12 mai 1999

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2004

---

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Président du Conseil des Commanditaires de Rothschild et Cie Banque, France.

Président du Conseil de Surveillance de la société LVMH Fashion Group, France.

Directeur Général Délégué et Administrateur de la société Montaigne Participations et Gestion, France.

Administrateur des sociétés :

- DI Group, France ;
- Europatweb, France ;
- Ipsos, France.

Vice-Président et Membre du Conseil de Surveillance de la société Tajan, France.

Président des sociétés :

- GA Investissements, France ;
- MPG Investissements, France.

Représentant légal de la société Montaigne Participations et Gestion, Président de Gasa Développement, France, et de Financière Saint Nivard, France.

Gérant de la société Bourville, France.

Directeur Exécutif de la société Groupe Arnault SAS, France.

Membre du Comité de Direction de la société Paul Doumer Automobiles, France.

**M. Antonio BELLONI**, Directeur Général délégué

Né le 22 juin 1954

Nationalité : italien

Date de première nomination : 15 mai 2002

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

---

**FONCTIONS ET MANDATS :**

Directeur Général de la société LVMH Inc, États-Unis.

Administrateurs des sociétés :

- Acqua di Parma, Italie ;
- De Beers LV Limited, Grande-Bretagne ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- DFS Group LP, États-Unis ;
- DFS Guam LP, Guam ;
- Fendi, Luxembourg.

**M. Nicholas CLIVE WORMS**

Né le 14 novembre 1942

Nationalité : français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

---

**FONCTIONS ET MANDATS :**

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

Président du Conseil d'Administration des sociétés :

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

Président de Worms 1848, France.

Administrateur des sociétés :

- Financière de Services Maritimes, France ;
- Ifabanque, France ;
- Unibail, France ;
- Haussmann Holdings, NV, Curaçao.

**M. Diego DELLA VALLE**

Né le 30 décembre 1953

Nationalité : italien

Date de première nomination : 15 mai 2002

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2004

---

**FONCTIONS ET MANDATS :**

Président Directeur Général de la société Tod's SpA, Italie.

Administrateur des sociétés :

- Acqua di Parma, Italie ;
- Le Monde Europe, France.

**M. Michel FRANÇOIS-PONCET**

Né le 1<sup>er</sup> janvier 1935

Nationalité : français

Date de première nomination : 2 septembre 1987

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2004

---

**FONCTIONS ET MANDATS :**

Vice-Président du Conseil d'Administration de la société BNP Paribas, France.

Vice-Président de la société Pargesa Holding SA, Suisse.

Président de la société BNP Paribas, Suisse.

Membre du Conseil de Surveillance de la société Axa, France.

Administrateur des sociétés :

- Finaxa, France ;
- Schneider Electric SA, France ;
- BNP Paribas U.K. Holdings Ltd, Grande-Bretagne ;
- Erbé, Belgique ;
- Power Corporation du Canada, Canada ;
- Vittoria Assicurazioni, Italie.

### **M. Gilles HENNESSY**

Né le 14 mai 1949

Nationalité : français

Date de première nomination : 6 juin 1990

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2004

---

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Président du Conseil d'Administration de Jas Hennessy & Co Ltd, Irlande.

Administrateur des sociétés :

- France Champagne, France ;
- Moët Hennessy UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy, Shangai, Chine.

Représentant permanent de la société Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires de Champagne Moët & Chandon, France.

Gérant de la société LVMH Wine and Spirit Deutschland GmbH, Allemagne.

Membre du Conseil des Commanditaires des sociétés :

- Jas Hennessy & Co, France ;
- Veuve Clicquot Ponsardin, France.

### **M. Jean PEYRELEVADE**

Né le 24 octobre 1939

Nationalité : français

Date de première nomination : 8 juin 1995

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

---

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Président du Conseil d'Administration du Crédit Lyonnais, France.

Membre du Conseil de Surveillance de Lagardère SCA, France.

Administrateur des sociétés :

- Bouygues, France ;
- Suez, France ;
- Power Corporation du Canada, Canada.

### **M. Félix G. ROHATYN**

Né le 29 mai 1928

Nationalité : américain

Date de première nomination : 14 mai 2001

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

---

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Président de la société LVMH Inc., États-Unis.

Vice-Président de la société Carnegie Hall, États-Unis.

Administrateur des sociétés :

- Suez, France ;
- Fiat S.p.A., Italie.

Membre du Conseil de Surveillance des sociétés :

- Lagardère SCA, France ;
- Publicis, France.

## II. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES CANDIDATS AUX FONCTIONS D'ADMINISTRATEURS

### 2.1 MANDATS À RENOUVELER

#### **M. Antoine BERNHEIM**, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924

Nationalité : français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS:

Associé de Lazard LLC, États-Unis.

Président du Conseil d'Administration de la société Generali, Italie.

Administrateur des sociétés :

- Bolloré Investissement, France ;
- Christian Dior, France ;
- Christian Dior Couture, France ;
- Ciments Français, France ;
- Eurazeo, France ;
- Generali France Holding, France ;
- Rue Impériale, France ;
- AMB, Allemagne ;
- BSI, Suisse ;
- EA – Generali, Autriche ;
- Intesa S.p.a., Italie ;
- Mediobanca, Italie.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Associé Gérant des sociétés :

- Maison Lazard et Cie, France ;
- Partena, France.

Président des sociétés :

- La France Participations et Gestion, France ;
- Euralux, France ;
- Generali, Italie.

Vice-Président et Directeur Général de la société Eurafrance, France.

Vice-Président de la société Mediobanca, Italie.

Administrateur des sociétés :

- Albatros Investissement, France ;
- Aon France, France ;
- Financière Agache, France ;
- Eridania-Beghin-Say, France ;
- Financière et Industrielle Gaz et Eaux, France ;
- La France Vie, France ;
- Société Immobilière Marseillaise, France.

Membre du Conseil de Surveillance de la société Axa, France.

Représentant permanent des sociétés :

- Eurafrance, Administrateur de la société Financière et Industrielle Gaz et Eaux, France ;
- Compagnie Financière Auxiliaire, Administrateur de la société Bolloré Technologies, France ;
- Compagnie Centrale de Placements, Administrateur de la société Groupe André, France ;
- La France Participations et Gestion, Administrateur de la société Christian Dior, France ;
- La France Participations et Gestion, Administrateur de la société Christian Dior Couture, France ;
- La France Participations et Gestion, Administrateur de la société Financière Agache, France.

#### **M. Albert FRÈRE**

Né le 4 février 1926

Nationalité : belge

Date de première nomination : 29 mai 1997

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président du Conseil d'Administration des sociétés :

- Erbé S.A., Belgique ;
- Frère-Bourgeois S.A., Belgique ;
- Petrofina S.A., Belgique.

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

Régent honoraire de la Banque Nationale de Belgique.

Vice-Président, Administrateur Délégué et Membre du Comité de Direction de la société Pargesa Holding S.A., Suisse.

Vice-Président du Conseil d'Administration de la société Suez, France.

Vice-Président du Conseil de Surveillance de la société Métropole Télévision « M6 », France.

Administrateur de la Société Civile du Cheval Blanc, France.

Représentant permanent de la société Belholding Belgium SA, Membre du Comité de Direction de Groupe Arnault SAS, France.

Membre du :

- Comité International de Assicurazioni Generali S.p.A., Italie ;
- Conseil Consultatif International de Power Corporation du Canada, Canada.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Président du Conseil d'Administration des sociétés :

- Electrafina, Belgique ;

- Fibelpar, Belgique.

Vice-Président du Conseil d'Administration des sociétés :

- Compagnie Belge de Participations Paribas « Cobepa », Belgique ;
- Brussels South Charleroi Airport « B.S.C.A. », Belgique ;
- La Royale Belge, Belgique ;
- Totalfina, Belgique.

Vice-Président de la société Parfinance, Belgique.

Administrateurs des sociétés :

- Audiofina, Luxembourg ;
- Banca Commerciale Italiana, Italie.
- CLT/UFA, Luxembourg ;
- Compagnie Luxembourgeoise Multi-Média, Luxembourg ;
- Compagnie Nationale à Portefeuille, Belgique ;
- Espirito Santo Financial Holding, Portugal ;
- Havas, France ;
- Pernod-Ricard, France ;
- Royale Vendôme, Belgique ;
- Soparinvest, France ;
- Télévision française 1, France ;
- Total, France.

Membre du Conseil de Surveillance de la société Suez Lyonnaise des Eaux, France.

Membre du Comité International de la Compagnie Financière de Paribas, France.

**M. Pierre GODÉ**, Conseiller du Président

Né le 4 décembre 1944

Nationalité : français

Date de première nomination : 13 janvier 1989

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président et Directeur Général des sociétés :

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

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

Administrateur, Directeur Général Délégué de la société Le Bon Marché, France.

Directeur Exécutif de la société Groupe Arnault SAS, France.

Administrateur des sociétés :

- Christian Dior Couture, France ;
- Christian Dior, France ;
- Montaigne Participations et Gestion, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France ;

- Christian Dior Inc., Etats-Unis ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc., États-Unis ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton (Japon) KK, Japon ;
- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne.

Représentant permanent des sociétés :

- Financière Agache, Administrateur de Parfums Christian Dior, France ;
- Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, Administrateur de Franck & Fils, France ;
- Louis Vuitton Malletier, Administrateur de Belle Jardinière, France ;
- LVMH, Administrateur de DI Group, France.

Président des sociétés :

- Sèvres Investissements, France ;
- Financière Jean Goujon, France.

Représentant légal des sociétés :

- Financière Agache, Président de Aristide Boucicaut, France ;
- Financière Agache, Gérant de Lamourelle Paris, France, et de Sevrilux, France ;
- LVMH, Membre du Comité de Direction de Sofidiv, France.

Membre du Comité de Direction de la société Montaigne Finance.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Président du Conseil d'Administration des sociétés :

- Financière Truffaut, France ;
- Louis Vuitton, France ;
- Le Peigné, Belgique ;
- LVMH Inc., Etats-Unis.

Administrateur des sociétés :

- Belle Jardinière, France ;
- Cie Commerciale d'Investissements CCI, France ;
- Louis Vuitton Malletier, France ;
- Sofidiv, France ;
- Sanderson International, Luxembourg ;
- LVP Holding B.V., Pays-Bas.

Président des sociétés :

- Aristide Boucicaut, France ;
- Financière Saint Nivard, France.

Représentant permanent des sociétés :

- Au Bon Marché, Administrateur de Christian Dior, France ;
- Au Bon Marché, Administrateur de Parfums Christian Dior, France ;
- Babylone Investissements, Administrateur de Sèvres Investissements, France ;
- CCI, Administrateur de la Société Immobilière A. Lamourelle, France ;

- Financière Agache, Administrateur de BM Développement, France ;
- Groupe Arnault SA, Administrateur de FA Expansion, France ;
- Groupe Arnault SA, Administrateur de FA Participations, France ;
- Héliantis, Administrateur de Financière Saint Nivard, France ;
- Ufi-par, Administrateur d'Investir Telecom, France ;
- Ufi-par, Administrateur de LV Capital, France ;
- Ufi-par, Administrateur de Flavius Investissements, France.

Gérant de la Société Civile Immobilière du 30 de l'Avenue Hoche.

### **Lord POWELL of BAYSWATER**

Né le 6 juillet 1941

Nationalité : anglais

Date de première nomination : 29 mai 1997

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :**

Président du Conseil d'Administration des sociétés :

- Sagitta Asset Management, Grande-Bretagne,
- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne.

Administrateur des sociétés :

- Financière Agache, France ;
- British Mediterranean Airways, Grande-Bretagne ;
- Caterpillar Inc, États-Unis ;
- J. Rothschild Name Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Falgos Investments Ltd, Grande-Bretagne ;
- Mandarin Oriental International Ltd, Bermudes ;
- Matheson & Co Ltd, 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 Comité Consultatif de Phillips, de Pury & Luxembourg, Grande-Bretagne.

Administrateur des sociétés :

- Montaigne Participations et Gestion, France.
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Grande-Bretagne ;
- Dairy Farm International Holdings Ltd, Bermudes ;
- Hongkong Land Holdings Ltd, Bermudes ;
- 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, Luxembourg ;
- Said Holdings Ltd, Bermudes.

## **2.2 NOUVELLES NOMINATIONS**

### **M. Jacques FRIEDMANN**

Né le 15 octobre 1932

Nationalité : français

Date de cooptation : 5 mars 2003

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :**

Président du Conseil d'Orientation du Musée du Quai Branly, France.

Président du Conseil d'Administration de l'Association de la Galerie du Jeu de Paume, France.

Membre du Conseil de Surveillance de la société LVMH Fashion Group, France.

Administrateur des sociétés :

- BNP Paribas, France ;
- TotalFinaElf, France.

#### **FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :**

Président du Conseil de Surveillance de la société Axa, France.

Administrateur des sociétés :

- Alcatel, France ;
- Vivendi Universal, France.

### **M. Arnaud LAGARDÈRE**

Né le 18 mars 1961

Nationalité : français

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :**

Gérant de la société Lagardère SCA, France.

Président et Directeur Général des sociétés :

- Hachette SA, France ;
- Lagardère Thématiques, France.

Vice-Président et Directeur Général délégué de la société Arjil Commanditée – ARCO, France.

Administrateur, Directeur Général délégué de la société Lagardère Capital & Management, France.

Vice-Président du Conseil de Surveillance de la Banque Arjil & Compagnie, France.

Membre du Conseil de Surveillance de la société Virgin Stores SA, France.

Administrateur des sociétés :

- Canalsatellite, France ;
- Fondation Hachette, France ;
- France Télécom, France ;

- Hachette Livre, France ;
- Hachette Distribution Services, France ;
- Hachette Filipacchi Médias, France ;
- Société d’Agences et de Diffusion, France.

Président des sociétés :

- Lagardère, France ;
- Lagardère Active, France ;
- Lagardère Active Broadband, France ;
- Lagardère Images, France.

Président Délégué de la société Lagardère Active Broadcast, France.

Administrateur des sociétés :

- Matra Hachette Général (SAS), France ;
- Lagardère Sociétés (SAS), France.

Représentant permanent de la société Lagardère Active Publicité, Administrateur de Lagardère Active Radio International, France.

Représentant de la société Hachette SA au Conseil de gérance de Sédi TV-Téva, France.

Gérant des sociétés :

- Lagardère Active Publicité, France ;
- Lagardère Elevage, France ;
- Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne, France.

Co-gérant de la société I.S.-9, France.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Président de la société Grolier Interactive Finances, France.

Membre du Conseil de Surveillance de la société Aérospatiale Matra, France.

Gérant des sociétés :

- Europe Grolier, France ;
- Hachette Filipacchi Grolier, France ;
- Hachette Multimédia Distribution, France.

### III. PRINCIPAUX TITRES – FONCTIONS ET MANDATS DU CENSEUR

#### **M. Kilian HENNESSY**

Né le 19 février 1907

Nationalité : français

Date de première nomination : 16 septembre 1971

---

Président d’honneur de Jas Hennessy & Co, France.

Administrateur de Parfums Christian Dior, France.

#### IV. 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"> <li>ERNST &amp; YOUNG Audit Faubourg de l'Arche 92037 Paris La Défense Cedex Représenté par MM. GALET et HILLY</li> </ul>	6 juin 1986	9 juin 1998	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003
<ul style="list-style-type: none"> <li>COGERCO-FLIPO Membre du réseau Deloitte, Touche Tohmatsu 185 avenue Charles de Gaulle 92524 Neuilly sur Seine Cedex Représenté par M. LEJETTÉ</li> </ul>	6 juin 1986	9 juin 1998	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

##### Commissaires aux comptes suppléants

<ul style="list-style-type: none"> <li>M. Denis GRISON Le Vinci, 4 allée de l'Arche 92075 Paris La Défense Cedex</li> </ul>	6 juin 1986	9 juin 1998	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003
<ul style="list-style-type: none"> <li>M. Dominique THOUVENIN 139 boulevard Haussmann 75008 PARIS</li> </ul>	9 juin 1989	9 juin 1998	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2003

##### Honoraires perçus en 2002

(en milliers d'euros)	Ernst & Young		Deloitte, Touche Tohmatsu	
	Montant	%	Montant	%
<b>Audit</b>				
Commissariat aux comptes	11 415	87	1 320	64
Missions accessoires	852	7	550	26
	<b>12 267</b>	<b>94</b>	<b>1 870</b>	<b>90</b>
<b>Autres prestations</b>				
Juridique, fiscal, social	622	5	220	10
Autres	142	1	-	-
	<b>764</b>	<b>6</b>	<b>220</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>13 031</b>	<b>100</b>	<b>2 090</b>	<b>100</b>

# GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

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.

## Conseil d'Administration

Au cours de l'année 2002, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois. Le taux de présence des administrateurs aux réunions s'est élevé à 79 % 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 et les principaux dossiers de cession et d'acquisition de participations, et de restructuration.

LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration et au censeur 951 888 euros à titre de jetons de présence.

En vertu de la Charte du Conseil, les administrateurs et les censeurs doivent détenir personnellement un minimum de cinq cents actions nominatives.

Aucun administrateur de LVMH exerçant des fonctions de direction au sein de la Société n'a de mandat dans une société dont un dirigeant est membre du Conseil d'Administration de LVMH.

## Comité d'Audit de la Performance

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni cinq fois en 2002. Toutes les réunions à l'exception de l'une d'entre elles ont été tenues en présence de tous les membres. Participent aux réunions du Comité : les Commissaires aux Comptes, le Directeur des Opérations, le Directeur Financier, le Conseiller du Président, le Directeur du Contrôle de Gestion, le Directeur de l'Audit Interne, le Directeur Comptable, le Directeur Fiscal et le Directeur Juridique.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, les travaux du Comité ont porté notamment sur le contrôle de l'audit interne, certaines conventions avec des sociétés apparentées et cessions de participation ainsi que sur les interventions et honoraires des Commissaires aux Comptes.

## Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations a été consulté trois fois au cours de l'exercice en présence de l'ensemble de ses membres. Il a émis des propositions concernant la rémunération et les options d'achat d'actions attribuées aux dirigeants. Il a également émis un avis sur les candidatures aux fonctions d'administrateur.

## 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.

## I. 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.

### 1. Composition du Conseil d'Administration

1.1 Le Conseil d'Administration est composé d'un nombre maximum de 18 membres dont 4, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la société.

1.2 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 4.

1.3 Pendant toute la durée de son mandat, chaque administrateur doit détenir au moins 500 actions de la société inscrites en compte nominatif.

### 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.

### 3. Fonctionnement du Conseil d'Administration

3.1 Le Conseil d'Administration tient au minimum 4 réunions dans l'année.

3.2 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.

3.3 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.

3.4 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.

3.5 Les décisions prises par le Conseil d'Administration sont adoptées à la majorité simple et ont un caractère collégial.

3.6 S'ils le jugent nécessaire, les administrateurs indépendants peuvent tenir réunion en dehors des autres membres du Conseil d'Administration.

3.7 Sur des sujets spécifiques ou d'importance, le Conseil d'Administration peut désigner plusieurs administrateurs en son sein qui se réunissent en Comité(s).

3.8 Chaque membre du Conseil d'Administration agit dans l'intérêt et pour le compte de l'ensemble des actionnaires.

#### 4. Responsabilité

- 4.1 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.
- 4.2 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.
- 4.3 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.
- 4.4 Les administrateurs s'engagent à prévenir le Président du Conseil d'Administration de toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs activités personnelles ou professionnelles et leur mandat, à s'abstenir de participer au vote sur toute délibération les concernant directement ou indirectement, à informer le Président du Conseil d'Administration de toute opération ou convention conclue avec une société du groupe LVMH et à laquelle ils seraient partie prenante. Le Président du Conseil d'Administration fait part de ces éléments au Comité d'Audit de la Performance.

#### 5. Rémunération

- 5.1 L'Assemblée Générale détermine le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration.
- 5.2 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.
- 5.3 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.
- 5.4 Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains administrateurs pour les missions spécifiques qui leurs 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.

#### 6. Champ d'application

La présente charte s'applique à l'ensemble des membres du Conseil d'Administration, ainsi qu'aux censeurs. Elle devra être communiquée à tout candidat aux fonctions d'administrateur de même qu'à tout représentant permanent d'une personne morale avant son entrée en fonction.

## II. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

### 1. Composition du Comité

- 1.1 Le Comité d'Audit de la Performance (ci-après "le Comité") est composé de 3 administrateurs, dont 2 d'entre eux, au moins, sont des administrateurs indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.
- 1.2 Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.
- 1.3 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.
- 1.4 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.

### 2. Rôle du Comité

- 2.1 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 oeuvre,
  - 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.
- 2.2 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.

- 2.3 Le Comité fournit un avis sur les honoraires des commissaires aux comptes.
- 2.4 Le Comité peut adresser des recommandations au management sur les priorités et les orientations générales de l'audit interne.

### 3. Fonctionnement du Comité

- 3.1 L'acceptation par un administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.
- 3.2 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, huit jours avant 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.
- 3.3 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.
- 3.4 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.
- 3.5 Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.
- 3.6 Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.
- 3.7 Chaque réunion du Comité fait l'objet d'un compte-rendu.
- ### 4. Prérogatives du Comité
- 4.1 Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.
- 4.2 Le Comité peut demander communication de tout document comptable, juridique ou financier qu'il juge utile à l'accomplissement de sa mission.

4.3 A sa demande, et hors la présence du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (Généraux) 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 auditeurs externes.

## 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.

## III. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

### 1. Composition du Comité

1.1 Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations (ci-après "le Comité") est composé d'au moins 3 administrateurs et/ou censeurs. La majorité de ses membres sont indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

1.2 Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

1.3 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.

1.4 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.

### 2. Rôle du Comité

2.1 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.

2.2 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.

2.3 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 (Généraux) délégué(s) de la société.

2.4 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.

2.5 Le Comité rédige et propose au Conseil d'Administration de faire publier dans le rapport annuel une notice biographique sur chaque administrateur.

2.6 Le Comité dresse un tableau récapitulatif des jetons de présence effectivement payés à chaque administrateur.

2.7 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.

2.8 L'évolution des rémunérations est liée à la performance et à la valeur intrinsèque de l'entreprise.

### 3. Fonctionnement du Comité

3.1 L'acceptation par un administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

3.2 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.

3.3 Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

3.4 Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

### 4. Prérogatives du Comité

4.1 Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

4.2 S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

4.3 Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

### 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.

## IV. 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

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.

### ARTICLE 3 – DÉNOMINATION

La société a pour dénomination :

**LVMH**  
**MOÛT 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<sup>er</sup> janvier 1923, expirera le 31 décembre 2021, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

### ARTICLE 6 – CAPITAL

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 F. 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à F. 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de F. 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 F. 407 306 179.

2 989 110 actions de F. 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à F. 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 MARCHE, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à FRF 1 700 000 000.

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.

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.

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 prévus 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 – ACTIONS A DIVIDENDE PRIORITAIRE SANS DROIT DE VOTE

La société a la faculté d'exiger le rachat, dans les conditions prévues à l'article L. 228-19 du Code de Commerce, soit de la totalité de ses propres actions à dividende prioritaire sans droit de vote, soit de certaines catégories d'entre elles, chaque catégorie étant déterminée par la date de son émission.

## ARTICLE 12 – CONSEIL D'ADMINISTRATION

1. La société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins et, sous réserve de la dérogation prévue en cas de fusion, 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 vingt (20) actions de la société. Ces actions sont obligatoirement nominatives.

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 des membres du Conseil d'Administration. Si cette limite est atteinte, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire.

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. A 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 13 – 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-cinq 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 la prochaine réunion du Conseil d'Administration. 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 14 – 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 dans les conditions définies par le Conseil d'Administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à la nomination et à la révocation du Président ou du Directeur Général, 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, un 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 15 – 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 16 – POUVOIRS DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1. Le Président du Conseil d'Administration représente le Conseil d'Administration. Il 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 17 – 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. Le Directeur Général ne doit pas être âgé de plus de soixante-cinq ans. S'il vient à dépasser cet âge il est réputé démissionnaire d'office.

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 applicable au Directeur Général vise également les Directeurs Généraux délégués.

## ARTICLE 18 – 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 19 – CONVENTIONS SOUMISES A 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 de ses Directeurs Généraux délégués de la société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur Général ou membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance 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 5 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 5 % 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 sont communiquées par l'intéressé au Président qui en communique la liste aux Administrateurs et aux Commissaires aux Comptes.

## ARTICLE 20 – 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 21 – 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 18 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 19 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 22 – 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 23 – 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 24 – 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, soit à l'inscription de l'actionnaire en compte nominatif, soit au dépôt, aux lieux indiqués dans l'avis de convocation, des actions au porteur ou d'un certificat de dépôt délivré par la banque, l'établissement financier ou la société de Bourse dépositaire de ces actions ou d'un certificat de l'intermédiaire habilité ou de l'organisme qui en tient lieu, constatant l'indisponibilité des actions inscrites en compte jusqu'à la date de l'Assemblée, cinq jours au moins avant la date de la réunion de l'Assemblée.

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.

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.

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 troisième et quatrième 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 troisième 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.

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. A défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président. Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. A égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué:

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, 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 quart 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 tiers des actions ayant droit de vote sur

première convocation et du quart 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.

Les Assemblées Spéciales sont convoquées et délibèrent dans les mêmes conditions que l'Assemblée Générale Extraordinaire.

#### ARTICLE 25 – 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 26 – 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'Economie, à l'organisme chargé de la compensation des titres, 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 27 – 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 28 – 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 29 – 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 30 – 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 un délai de dix ans à compter de la mise en paiement des dividendes.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

### ARTICLE 31 – DISSOLUTION ANTICIPÉE

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut, à toute époque, prononcer la dissolution anticipée de la société.

### ARTICLE 32 – 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.

A 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 33 – 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 34 – NOMINATION DES LIQUIDATEURS – POUVOIRS

A 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 35 – 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 36 – 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.

# RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL

## 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 2002, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 42 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 211 et 121 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 1<sup>er</sup> 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 775 670 417 Paris. Code APE : 741J.

### 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<sup>er</sup> janvier au 31 décembre.

### 1.10 Répartition statutaire des bénéfices (article 29 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 un délai de dix ans à compter de la mise en paiement des dividendes.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

### 1.11 Assemblées Générales (article 24 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, soit à l'inscription de l'actionnaire en compte nominatif, soit au dépôt, aux lieux indiqués dans l'avis de convocation, des actions au porteur ou d'un certificat de dépôt délivré par la banque, l'établissement financier ou la société de Bourse dépositaire de ces actions ou d'un certificat de l'intermédiaire habilité ou de l'organisme qui en tient lieu, constatant l'indisponibilité des actions inscrites en compte jusqu'à la date de l'Assemblée, cinq jours au moins avant la date de la réunion de 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. A égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative 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, 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 25 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, bénéfiques 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 bénéfiques 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 1<sup>er</sup> mars 2003, le capital social de la Société s'élevait à EUR 146 981 223 divisé en 489 937 410 actions de EUR 0,30 de nominal chacune, entièrement libéré.

Parmi ces 489 937 410 actions, 227 779 055 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

### 2.3 Capital autorisé

Au 31 décembre 2002, le capital autorisé de la Société s'élevait à 611 643 542 actions de EUR 0,30 de valeur nominale.

#### • Autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions

L'Assemblée Générale Mixte du 17 mai 2000 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 au 31 décembre 2002 14 698 122 actions. Au 31 décembre 2002, il restait 7 008 010 options attribuables.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 15 mai 2003 de renouveler cette autorisation pour une durée de trente-huit mois.

#### • Autorisations d'augmenter le capital

L'Assemblée Générale mixte du 14 mai 2001 a autorisé le Conseil d'Administration à augmenter le capital social en une ou plusieurs fois, dans la limite d'un montant maximum global de 30 millions d'euros par émission d'actions ou de toute valeur mobilière donnant accès immédiatement ou à terme au capital social.

Les émissions peuvent être réalisées avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription au bénéfice des actionnaires.

Cette autorisation, consentie pour une durée de vingt-six mois, arrive à expiration le 13 juillet 2003.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 15 mai 2003 d'autoriser le Conseil d'Administration à augmenter le capital social dans la limite d'un montant nominal global de 30 millions d'euros par émission d'actions ou de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme à une quotité du capital social.

Les émissions pourront être réalisées avec ou sans droit préférentiel de souscription.

D'une durée de vingt-six mois, cette autorisation se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001.

En complément de cette autorisation, et conformément aux dispositions de la loi sur l'épargne salariale, faculté sera donnée au Conseil d'Administration de réserver une augmentation de capital social en numéraire aux salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées dans le cadre d'un plan d'épargne d'entreprise.

En outre, l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001 a autorisé le Conseil d'Administration à augmenter le capital social au profit des membres du personnel, salariés du Groupe en une ou plusieurs fois dans la limite d'un montant maximum de 3 % du capital social au jour de la décision du Conseil d'Administration, le prix de souscription étant fixé entre 80 % et 100 % de la moyenne du cours des vingt dernières séances de Bourse.

Cette autorisation, consentie pour une durée de 3 ans, n'a pas été utilisée à ce jour.

#### • Autorisation de réduire le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001 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 2003 de renouveler cette autorisation pour une durée de vingt-quatre mois.

#### 2.4 Autorisation de racheter des actions de la société

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002 a autorisé le Conseil d'Administration à acquérir des actions de la Société en vue de leur conservation, de leur cession, de leur annulation, de leur remise à titre d'échange ou de dation en paiement, d'opérations de régularisation des cours, de l'attribution d'options ou encore d'opérations d'actionnariat salarié dans les conditions prévues par la loi. Cette autorisation a été donnée pour une période de dix-huit mois et a fait l'objet d'une note d'information sur laquelle la COB a apposé le visa n° 02-453 en date du 25 avril 2002.

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<sup>er</sup> janvier 2002, soit 48 990 111 actions ;
- le prix unitaire d'achat des actions ne doit pas excéder 140 euros, soit un investissement maximal théorique d'environ 6,8 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, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés 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 2002 font l'objet du traitement comptable suivant :

- 4 550 600 actions, représentant un coût d'acquisition d'environ 218 millions d'euros ont été affectées en valeurs mobilières de placement ;
  - 16 702 409 actions, représentant un coût d'achat d'environ 716 millions d'euros ont été affectées aux plans d'options d'achat ;
  - aucun titre n'a été affecté en titres immobilisés.
- (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 2003 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 au 1er janvier 2003, soit 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d'achat ne pourra excéder 100 euros ;
- le prix unitaire de vente ne pourra être inférieur à 30 euros ;
- la finalité des acquisitions pourra être la conservation, la cession ou l'annulation des actions, ainsi que la régularisation des cours, l'attribution d'options d'achat, la remise de ces actions à titre d'échange ou de dation en paiement, ou encore la réalisation d'opérations d'actionnariat salarié.

#### 2.5 Identification des porteurs de titres

L'article 26 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 n'est en vigueur au 31 décembre 2002.

## 2.8 Évolution du capital de la société au cours des cinq derniers exercices

Années	Nature des opérations	Variation du capital			Capital après opération	
		Nombre d'actions	Nominal (K EUR)	Primes (K EUR)	Montant (K EUR)	Nombre cumulé d'actions
<b>Au 31 décembre 1997</b>		–	–	–	–	<b>87 596 460</b>
<b>1998</b>	Apport du Bon Marché	1 343 150	2 048	256 911	135 588	88 939 610
	Conversion d'obligations	2 277	3	42	135 591	88 941 887
	Levée d'options	41 185	63	3 537	135 654	88 983 072
<b>1999</b>	Conversion du capital en euro par réduction du capital	–	(2 179)	–	133 474	–
	Conversion d'obligations	211	1	4	133 475	88 983 283
	Levée d'options	73 413	110	6 861	133 585	89 056 696
	Augmentation de capital	8 900 954	13 351	(13 351)	146 936	97 957 650
<b>2000</b>	Levée d'options	26 587	21	1 166	146 957	97 984 237
	Division par 5 du nominal (1)	391 874 108	–	–	–	489 858 345
<b>2001</b>	Levée d'options	42 770	12	710	146 970	489 901 115
<b>2002</b>	Levée d'options	36 295	10	747	146 981	489 937 410
<b>Au 31 décembre 2002</b>					<b>146 981</b>	<b>489 937 410</b>

(1) Le 3 juillet 2000, la valeur nominale de l'action a été réduite de EUR 1,50 à EUR 0,30 et le nombre d'actions composant le capital a été multiplié par cinq.

## 3. RÉPARTITION ACTUELLE DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

### 3.1 Actionnariat de la Société

Au 1<sup>er</sup> mars 2003, le capital était constitué de 489 937 410 actions. Compte tenu des actions auto-détenues, 465 071 946 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 227 779 055 actions avec droit de vote double :

- 245 126 969 actions étaient sous forme nominative pure,
- 27 957 911 actions étaient sous forme nominative administrée,
- 216 852 530 actions étaient au porteur.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2002 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 50 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 500 actions, la Société compte environ 13 000 actionnaires.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault (1)	234 257 590	447 461 535	47,81	64,58
Familles Moët, Hennessy et Mercier	12 301 247	24 169 739	2,51	3,49
Autres actionnaires	243 378 573	221 219 727	49,68	31,93
<b>Total au 1<sup>er</sup> mars 2003</b>	<b>489 937 410</b>	<b>692 851 001</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

(1) Détention directe et indirecte. Contrôlée par la famille Arnault composée de Monsieur Bernard Arnault et de son père, Monsieur Jean Arnault, la société Groupe Arnault SAS est la holding qui contrôle « in fine » LVMH.

A la connaissance de la Société :

- deux actionnaires détenaient au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2002 ;
- 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.

Au 31 décembre 2002, les dirigeants et membres du Conseil d'Administration détenaient directement et à titre personnel moins de 0,2 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 1<sup>er</sup> mars 2003, la Société détenait 24 495 464 de ses propres actions dont 19 944 864 au titre des plans d'options d'achat et le solde, soit 4 550 600 au titre des programmes de rachat d'actions. En outre, une filiale de LVMH SA, Sofidiv, détenait 370 000 actions. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2002, 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 33 294 actions de la Société LVMH (soit moins de 0,2 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2002, la Société Générale et la Caisse des Dépôts et Consignations ont informé la Société de différents franchissements, à la hausse et à la baisse, de seuils statutaires compris entre 1 % et 4 % du capital.

A l'issue de ces mouvements, la Société Générale et certaines de ses filiales détenaient 2,88 % du capital et 2,05 % des droits de vote. La Caisse des Dépôts et Consignations et certaines de ses filiales détenaient, pour leur part, 2,19 % du capital et 1,57 % des droits de vote.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2002 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 50 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 500 actions, les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 82,5 % et 17,5 % du capital.

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 2002 et à ce jour.

### 3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2002			Au 31 décembre 2001			Au 31 décembre 2000		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault (1)	233 717 690	47,70	64,42	232 793 090	47,52	64,51	232 793 090	47,52	64,43
Dont									
– Financière Jean Goujon (2)	207 821 325	42,42	58,71	207 821 325	42,42	60,72	199 482 250	40,72	59,23
– Financière Agache	24 498 685	5,00	5,44	24 498 685	5,00	3,65	24 498 685	5,00	3,64
Auto-détention	21 253 009	4,34	–	32 328 548	6,60	–	30 033 595	6,14	–
Auto-contrôle	2 870 000	0,59	–	1 323 142	0,27	–	2 628 195	0,53	–
Public au nominatif	15 600 783	3,18	4,37	15 742 704	3,21	4,53	16 347 715	3,34	4,68
Public au porteur	216 495 928	44,19	31,21	207 713 631	42,40	30,96	208 055 750	42,47	30,89
Total	489 937 410	100	100	489 901 115	100	100	489 858 345	100	100

(1) Détention directe et indirecte. En 2002, la société Groupe Arnault SAS a acquis en Bourse 0,19 % du capital de la Société.

(2) En 2001, la société Financière Jean Goujon a racheté à Christian Dior 1,70 % du capital de la Société.

### 3.3 Nantissemments d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires

Le 26 mars 1997, la société Financière Jean Goujon a nanti des actions de la société au profit du Crédit Lyonnais. La levée de ce nantissement est conditionnée par le remboursement des sommes qu'il garantit. Sa durée est indéterminée.

Au 31 décembre 2002 ce nantissement portait sur 2 500 000 actions, soit 0,51 % du capital.

### 3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société

Au 1<sup>er</sup> mars 2003, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société représentant 42,42 % du capital et 58,79 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 1<sup>er</sup> mars 2003, Financière Jean Goujon était détenue à 100 % par Christian Dior, société contrôlée par la société Semyrhamis, filiale à 100% de la société Financière Agache, elle-même contrôlée, à travers les sociétés Montaigne Finance, filiale à 100% de Montaigne Participations et Gestion et Groupe Arnault SAS, par la famille Arnault comprenant Monsieur Bernard Arnault et son père, Monsieur Jean Arnault.

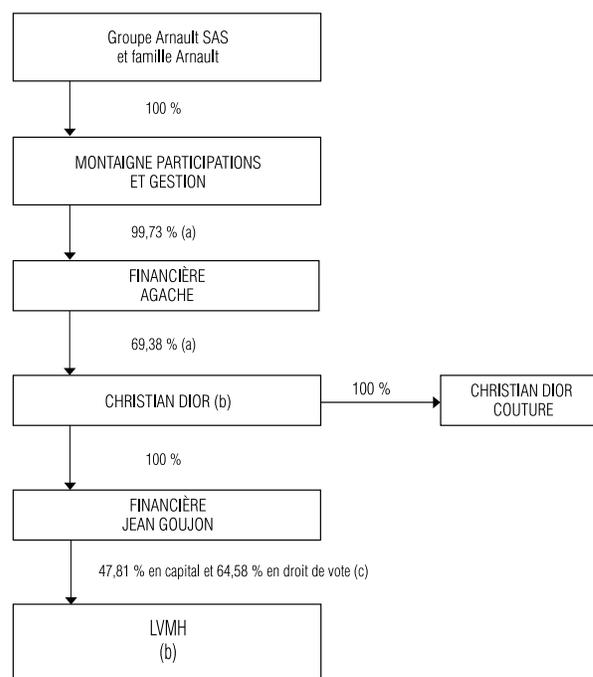
Monsieur Bernard Arnault est le Président et Directeur Général de la Société et Monsieur Jean Arnault est membre du Conseil d'Administration de la Société.

En ce qui concerne les différents holdings de contrôle du Groupe LVMH :

- en février 1998 :
  - une offre publique de retrait, suivie d'un retrait obligatoire des actions de la société Au Bon Marché, a été initiée par la société Financière Agache ;
  - une offre publique de retrait, suivie d'un retrait obligatoire des actions de Financière Truffaut, a été initiée par la société Compagnie Financière du Nord ;
  - une offre publique de retrait, suivie d'un retrait obligatoire des actions de la société Montaigne Participations et Gestion, a été initiée par la société Compagnie Financière du Nord ;
- en avril 1998, la société Au Bon Marché a pris la dénomination BM Holding à la suite de l'apport de son activité de distribution et d'immobilier à BM Expansion ;
- en mai 1998, les titres de la société BM Expansion ont été apportés à LVMH ;

- le 31 décembre 1998, la société BM Holding a été absorbée par la société Financière Agache ;
- en janvier 1999, la société Montaigne Participations et Gestion a adopté la dénomination Groupe Arnault SA ;
- en décembre 1999, la société Groupe Arnault SA a apporté sa participation de contrôle dans Financière Agache à sa filiale à 100 % Montaigne Finance ;
- en mai 2000, la société Groupe Arnault SA a adopté la dénomination Montaigne Participations et Gestion ;
- en mai 2000, la société Compagnie Financière du Nord a adopté la dénomination Groupe Arnault SA ;
- en décembre 2002, la société Financière Agache a apporté sa participation de contrôle dans Christian Dior SA à sa filiale à 100% Semyrhamis.

#### Organigramme simplifié au 1<sup>er</sup> mars 2003



(a) Participation directe et/ou indirecte.

(b) Société cotée au 1er marché.

(c) Participation globale du groupe Arnault, Financière Jean Goujon détenant en direct 42,42 % Financière Agache 5 %, Groupe Arnault SAS et différents holdings 0,39 %

# RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION A L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

## 1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ MÈRE LVMH

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société LVMH arrêtés au 31 décembre 2002 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 Évolution du portefeuille de titres de participation

Au cours de l'exercice, le portefeuille de participations a été porté de 7,3 milliards d'euros à 9,9 milliards d'euros. Cette augmentation provient de la souscription par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton S.A. (« LVMH ») aux augmentations de capital de ses filiales Sofidiv S.A., holding détenant certaines participations étrangères du groupe, et Moët Hennessy SNC, holding des activités Vins et Spiritueux ; après souscription, la part de LVMH dans le capital de ces deux sociétés reste inchangée.

En outre, après apport par Moët Hennessy à Moët Hennessy International de ses titres ayant une activité à l'étranger, LVMH est devenue actionnaire des deux sociétés, Moët Hennessy et Moët Hennessy International, à hauteur du pourcentage de détention antérieur dans Moët Hennessy, soit 58,67 %. Simultanément, Moët Hennessy S.A. a été transformée en Société en Nom Collectif.

#### 1.1.2 Structure financière

Au-delà de son activité de portefeuille, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes ainsi que leurs besoins de financement, et gère le risque de taux sur la dette financière : les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre sont essentiellement le reflet de la variation de ces en-cours ; en particulier, le montant des "créances rattachées à des participations" ou des "emprunts et dettes divers" varient en fonction des besoins de financement des filiales ou excédents de trésorerie dégagés par celles-ci.

LVMH centralise également les couvertures de change de ses filiales françaises, et de certaines filiales européennes, qu'elle répercute de façon symétrique sur le marché ; cette centralisation a des effets sur le montant des pertes et gains de change figurant en compte de résultat, effets qui cependant se compensent.

En 2002, les variations de structure financière reflètent essentiellement la diminution de la dette du Groupe et, simultanément, de LVMH : la dette nette a en effet diminué de 2,5 milliards d'euros au cours de l'exercice.

LVMH a cependant émis quelques emprunts obligataires dans le cadre du programme Euro Medium Term Note (EMTN), pour un montant total de 121 millions d'euros, emprunts aux caractéristiques suivantes :

- deux emprunts de 10 millions d'euros, émis au pair, à taux variable Euribor + marge, remboursables en 2003 ;
- deux emprunts de 150 millions de Hong Kong dollars, émis au pair, à taux variable Libor Hong Kong dollars + marge pour l'un, à taux fixe de 3,10 % pour l'autre, remboursables en 2003 ;
- un emprunt de 8 millions d'euros, émis à 90,90 % du pair, à coupon zéro, remboursable au pair en 2004 ;
- un emprunt de 50 millions d'euros, émis à EONIA + marge, à taux variable, remboursable au pair en 2004.

La diminution de la dette de la société en 2002 provient pour partie de la cession au cours de l'exercice d'un nombre important d'actions auto détenues, représentant un encaissement net total de 585 millions d'euros.

#### 1.1.3 Opérations de couverture

Dans le contexte de ses activités pour compte propre, la société LVMH utilise de façon régulière des instruments financiers. Cette pratique répond aux besoins de couverture du risque de change ou de taux sur ses actifs ou passifs financiers, y compris les flux de dividendes à recevoir de participations étrangères ; chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts.

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés exceptionnellement des instruments ayant nature de couverture de change en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques.

Enfin, dans le cadre de la centralisation des opérations de couverture de change, LVMH répercute strictement sur le marché les opérations faites avec ses filiales françaises, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance ; il ne résulte donc de cette centralisation aucune position de change.

Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation internationale, et dans un souci de diversification.

#### 1.1.4 Capital social

Le capital social est resté quasi 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 :

(en milliers d'euros)	Valeurs mobilières de placement				Titres immobilisés
	Plans d'options		Régularisation des cours		EUR
	Nombre	EUR	Nombre	EUR	
Au 1er janvier	13 684 977	577 350	18 643 571	1 195 598	–
Achats	3 292 660	148 860	1 578 840	70 973	–
Cessions	–	–	(15 722 411)	(1 050 933)	–
Transferts	(50 600)	(2 646)	50 600	2 646	–
Levées d'options	(224 628)	(7 122)	–	–	–
Au 31 décembre	16 702 409	716 442	4 550 600	218 284	–

Les achats d'actions, hors ceux affectés dès l'origine aux plans d'options, ont été effectués dans le cadre du programme d'achat d'actions décrit dans la note d'information ayant reçu le visa n° 02-453 de la Commission des Opérations de Bourse le 25 avril 2002, et autorisé par l'Assemblée Générale des Actionnaires le 15 mai 2002.

Les cours moyens d'achat et de cession de titres, dans le cadre des opérations de régularisation de cours, ont été de respectivement 45 et 52 euros.

Au 31 décembre 2002, les actions LVMH auto-détenues représentent 0,93 % du capital social (4,34 % si l'on inclut les actions affectées aux plans d'options d'achat).

Les opérations ci-dessus ont représenté un montant de frais de 261 mille 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, en diminution par rapport à ceux de l'exercice précédent en raison de la distribution d'acomptes sur dividendes, par certaines filiales, fin 2001, de montants plus importants qu' à fin 2002.

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 l'économie d'impôt réalisée par la société dans le cadre de l'application du régime d'intégration fiscale avec certaines filiales, soit 314 millions d'euros.

Les dotations exceptionnelles aux provisions reflètent les dépréciations jugées nécessaires de certaines participations, ainsi que la dépréciation des actions LVMH détenues dans le cadre de certains plans d'options d'achat ; sur la base du cours de l'action LVMH à fin 2002, les perspectives d'exercice des options correspondantes par leurs bénéficiaires sont en effet devenues plus aléatoires.

Enfin, dans le cadre 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 DE L'EXERCICE

Il est proposé d'affecter le résultat distribuable de l'exercice 2002 de la façon suivante :

	Euros
• Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2002	23 812 894,03
Dotation à la réserve légale	(1 088,85)
Report à nouveau au 31 décembre 2002	907 569 956,51
<b>Montant total distribuable</b>	<b>931 381 761,69</b>
• Proposition d'affectation :	
– réserve des plus-values à long terme	Néant
– dividende statutaire de 5 %, soit EUR 0,015 par action	7 349 061,15
– report à nouveau	539 431 833,69
– dividende complémentaire de EUR 0,785 par action	384 600 866,85
	<b>931 381 761,69</b>

Si cette affectation est retenue, le dividende net ressortira à EUR 0,80 par action ouvrant droit à un avoir fiscal de EUR 0,40.

Un acompte sur dividende de EUR 0,22 par action ayant été distribué le 3 décembre 2002, le solde est de EUR 0,58 ; celui-ci sera mis en paiement le 28 mai 2003.

Au cas où lors de la mise en paiement de ce dividende la Société détiendrait, dans le cadre des autorisations données, une partie de ses propres actions, le montant correspondant aux dividendes non versés, en raison de cette détention, serait affecté au compte report à nouveau.

Conformément à la loi, nous vous rappelons le montant du dividende par action versé au cours des trois derniers exercices :

Exercice	Nombre d'actions composant le capital	Dividende net	Dividende (en Euros)	
			Avoir fiscal	Global
<b>2001</b>				
Acompte	489 901 115	0,22	0,11	0,33
Solde	489 901 115	0,53	0,27	0,80
<b>Total</b>		0,75	0,38	1,13
<b>2000</b>				
Acompte	489 858 345	0,22	0,11	0,33
Solde	489 858 345	0,53	0,27	0,80
<b>Total</b>		0,75	0,38	1,13
<b>1999 <sup>(1)</sup></b>				
Acompte	97 957 650	1,00	0,50	1,50
Solde	97 957 650	2,40	1,20	3,60
<b>Total</b>		3,40	1,70	5,10

(1) Contre-valeur en euros d'un montant versé en francs.

## 3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS

### 3.1 Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2002, le groupe Arnault détenait directement ou indirectement 47,70 % du capital, contre 47,52 % au 31 décembre 2001 et 64,42 % des droits de vote contre 64,51 % au 31 décembre 2001.

### 3.2 Actions détenues par les Organes de Direction et de Contrôle

Au 31 décembre 2002, les membres du Conseil d'Administration et du Comité Exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, 0,026 % du capital social.

### 3.3 Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2002, 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 33 294 actions de la Société LVMH (soit moins de 0,2 % du capital social).

### 3.4 Plans d'options de souscription ou d'achat d'actions

#### 3.4.1 Options attribuées par la Société mère LVMH

Les bénéficiaires des plans d'options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé.

Dix huit plans d'options d'achat étaient en vigueur au 31 janvier 2003 ; le prix d'exercice des options est égal à 95 % du cours de Bourse de référence calculé conformément aux dispositions légales. Chaque plan a une durée de dix ans ; les options peuvent être exercées après un délai de trois ans à compter de l'ouverture du plan. Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, ce délai ne s'applique pas.

Par ailleurs, le Conseil d'Administration lors de sa délibération du 14 mai 2001, a également mis en place un plan exceptionnel de stock options dénommé « OPAL » destiné à une grande majorité des salariés du Groupe. Ce plan a une durée de huit ans et les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans à compter de l'ouverture du plan.

Au titre du dernier plan d'options de souscription d'actions, ouvert le 18 mars 1992 et arrivé à expiration le 17 mars 2002, 36 295 options ont été exercées en 2002 au prix de 20,89 euros par action.

#### Plans d'options d'achat :

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée annuelle du 25 mai 1992 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>			Prix d'exercice (euros)	Nombre d'options levées en 2002 <sup>(2)</sup>	Nombre d'options <sup>(2)</sup> en vigueur	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			31.12.2002	31.01.2003
17.03.1993	548	49 681	21 000	5 850	15,40	2 623	61 512	60 147
16.03.1994	364	139 031	118 300	5 800	17,84	3 560	1 594 680	1 594 680
17.06.1994	1	1 250	–	1 250	17,68	–	7 565	7 565
22.03.1995	395	256 903	96 000	57 500	20,89	17 750	431 870	429 060

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée annuelle du 8 juin 1995 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>			Prix d'exercice (euros)	Nombre d'options <sup>(2)</sup> levées en 2002	Nombre d'options <sup>(2)</sup> en vigueur	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			31.12.2002	31.01.2003
30.05.1996	297	233 199	105 000	46 500	34,15	35 375	761 720	761 720
29.05.1997	319	233 040	97 500	46 000	37,50	58 590	1 069 220	1 068 670
29.01.1998	346	269 130	97 500	65 500	25,92	49 885	1 265 845	1 262 875
16.03.1998	4	15 800	–	15 800	31,25	–	86 900	86 900
20.01.1999	364	320 059	97 000	99 000	32,10	56 845	1 684 035	1 684 035
16.09.1999	9	44 000	5 000	39 000	54,65	–	220 000	220 000
19.01.2000	552	376 110	122 500	81 000	80,10	–	1 879 550	1 879 550

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée annuelle du 17 mai 2000 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>			Prix d'exercice (euros) (EUR)	Nombre d'options <sup>(2)</sup> levées en 2002	Nombre d'options <sup>(2)</sup> en vigueur	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			31.12.2002	31.01.2003
23.01.2001	786	2 649 075	987 500	445 000	65,12	–	2 606 075	2 606 075
06.03.2001	1	40 000	–	40 000	63,53	–	40 000	40 000
14.05.2001	44 669	1 105 877	–	(3)	66,00	–	1 105 877	1 105 877
14.05.2001	4	552 500	450 000	102 500	61,77	–	552 500	552 500
12.09.2001	1	50 000	–	50 000	52,48	–	50 000	50 000
22.01.2002	993	3 284 100	1 215 000	505 000	(4)43,30	–	3 276 500	3 276 500
15.05.2002	2	8 560	–	8 560	54,83	–	8 560	8 560
22.01.2003	979	3 213 725	1 220 000	495 000	(4)37,00	–	3 213 725	3 213 725

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan, non retraité des ajustements liés aux attributions gratuites de juillet 1994 et de juin 1999, et aux divisions du nominal par cinq de mars 1994 et juillet 2000.

(2) Ajusté du fait des opérations visées au (1).

(3) 25 options ont été attribuées à chaque bénéficiaire.

(4) Les prix d'exercice au profit des résidents italiens des plans ouverts les 22 janvier 2002 et 22 janvier 2003 sont respectivement de EUR 45,70 et EUR 38,73.

### Mouvements au cours de l'exercice

Nombre d'options	2002	2001	2000
Options en circulation au 1 <sup>er</sup> janvier	13 725 832	9 769 865	1 670 539
Options consenties	3 292 660	4 397 452	376 110
Attribution d'actions gratuites	–	–	–
Division par cinq du nominal	–	–	7 940 376
Options levées	(260 923)	(437 410)	(213 900)
Options caduques	(55 160)	(4 075)	(3 260)
Options en circulation au 31 décembre	16 702 409	13 725 832	9 769 865

### 3.4.2 Options attribuées par les filiales :

Plus aucun plan mis en place par des filiales n'est en vigueur.

### 3.4.3 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 (euros)	Date d'échéance du plan
B. Arnault	LVMH	22.01.2002	600 000	43,30	21.01.2012
N. Bazire	LVMH	22.01.2002	200 000	43,30	21.01.2012
A. Belloni	LVMH	22.01.2002	200 000	43,30	21.01.2012
P. Godé	LVMH	22.01.2002	200 000	43,30	21.01.2012
G. Hennessy	LVMH	22.01.2002	15 000	43,30	21.01.2012

### 3.4.4 Options levées durant l'exercice par les mandataires sociaux de la société :

Aucune option n'a été levée par les mandataires sociaux durant l'exercice.

### 3.4.5 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 total d'options	Prix d'exercice (euros)
LVMH	22.01.2002	505 000	43,30

### 3.4.6 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 des plans	Nombre total d'options	Prix d'exercice (euros)
LVMH	16.03.1994	760	17,84
LVMH	22.03.1995	5 750	20,89
LVMH	30.05.1996	24 400	34,15
LVMH	29.05.1997	40 850	37,50
LVMH	29.01.1998	39 325	25,92
LVMH	20.01.1999	33 550	32,10

## 4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

### 4.1 Autorisation d'intervenir en Bourse

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002 a autorisé le Conseil d'Administration à acquérir des actions de la Société et a fixé à 10 % du capital social le nombre maximum de titres pouvant être acquis et à 140 euros par action le prix maximum unitaire d'achat.

Dans le cadre de la présente Assemblée, il vous est demandé de renouveler cette autorisation, la finalité des acquisitions d'actions pouvant être leur conservation, leur cession, leur remise à titre d'échange ou de datation en paiement, la réalisation d'opérations de régularisation des cours, l'attribution d'options d'achat d'actions ou encore la réalisation d'opérations d'actionnariat salarié.

Le nombre total d'actions pouvant être acquises par la Société serait limité à 10 % du capital. Le prix maximum d'achat serait de 100 euros et le prix minimum de vente serait de 30 euros.

### 4.2 Autorisation de réduire le capital social

Conformément à l'article L.225-209 du Code de commerce, l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001 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.

### 4.3 Autorisation d'augmenter le capital social

Conformément à l'article L.225-129 du Code de commerce, il vous est proposé d'autoriser le Conseil d'Administration, sur ses seules délibérations, à augmenter le capital social y compris par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital social.

Cette autorisation permettra à la société de procéder à des augmentations de capital par attribution gratuite d'actions, mais également, le cas échéant, de faire appel au marché, en France ou à l'étranger, en vue d'assurer ses besoins de financement liés au développement du Groupe. A cet égard, comme il est d'usage pour permettre la réalisation d'opérations par appel public à l'épargne, il vous est demandé d'autoriser la société à procéder à des émissions sans droit préférentiel de souscription. Toutefois, même dans ce cas, si les émissions ont lieu sur le marché français, un droit de priorité pourra être accordé aux actionnaires. Ces émissions ne pourront dépasser un montant nominal global de 30 millions d'euros.

D'une durée de vingt-six mois, cette autorisation se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001.

En complément de cette autorisation, et conformément aux dispositions de la loi sur l'épargne salariale, faculté sera donnée au Conseil d'Administration de réserver une augmentation de capital social en numéraire aux salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées dans le cadre d'un plan d'épargne d'entreprise.

### 4.4 Autorisation de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions

L'Assemblée Générale Mixte du 17 mai 2000 a autorisé l'attribution, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de dirigeants ou membres du personnel du Groupe d'options de souscription ou d'achat d'actions de la société. Conformément à la loi, il vous a été rendu compte, chaque année, de l'utilisation qui été faite de cette autorisation.

Nous vous demandons de renouveler cette autorisation.

Valable pour une nouvelle période de trente-huit mois, votre autorisation permettra au Conseil d'Administration de consentir de nouvelles options de souscription ou d'achat d'actions, le montant total des options nouvelles ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus de 3 % du capital de la société.

En cas d'attribution d'options de souscription, votre autorisation comporte la renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions émises au fur et à mesure des levées d'options.

Le prix de souscription devra se situer dans les limites autorisées par les textes en vigueur au moment de l'attribution des options et ne pourra pas, en tout état de cause, être inférieur à 80 % de la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour de l'ouverture.

En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, le prix d'achat ne pourra être inférieur à 80 % du cours moyen d'achat des actions détenues par la société en vue de l'attribution desdites options.

Le délai d'exercice des options devra être en conformité avec les textes en vigueur le jour de l'attribution des options et sera au maximum de 10 ans.

Le Conseil d'Administration aura le pouvoir de déterminer, dans les limites fixées par la loi et l'Assemblée, les modalités du ou des plans d'options.

Lors des prochaines Assemblées Générales Ordinaires, le Conseil d'Administration vous tiendra informés du nombre, du prix et des bénéficiaires des options consenties ainsi que du nombre des actions souscrites ou achetées.

Cette autorisation se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 17 mai 2000.

## 5. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

### 5.1 Direction Générale

Lors de sa réunion du 15 mai 2002, le Conseil d'Administration a décidé de ne pas dissocier les fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général qui continuent à être assurées par Monsieur Bernard Arnault.

### 5.2 Renouvellement de mandats et nomination d'Administrateurs

Il vous est proposé de :

- renouveler les mandats d'Administrateur de Messieurs Antoine Bernheim, Albert Frère, Pierre Godé et Lord Powell of Bayswater qui arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée ;
- ratifier la cooptation de Monsieur Jacques Friedmann en qualité d'Administrateur ;
- nommer Monsieur Arnaud Lagardère en qualité d'Administrateur.

### 5.3 Liste des mandats et fonctions des Administrateurs

La liste de l'ensemble des fonctions et mandats exercés par chacun des Administrateurs ainsi que, pour les candidats aux fonctions d'Administrateurs, la liste des fonctions et mandats exercés au cours des cinq derniers exercices figurent dans la partie « Organes de direction et de contrôle » du Document de Référence.

### 5.4 Transfert du siège social

Il vous est proposé de ratifier la décision de transfert du siège social du 30, avenue Hoche – 75008 Paris au 22, avenue Montaigne – 75008 Paris, prise par le Conseil d'Administration du 11 septembre 2002.

### 5.5 Rémunérations et avantages en nature des mandataires sociaux de la Société :

Nom	Rémunération fixe**	Rémunération variable**	(en euros) Jetons de présence
Bernard Arnault	705 852	631 291	84 300
Jean Arnault	–	–	46 397
Nicolas Bazire*	460 893	505 202	42 150
Antonio Belloni*	1 009 303	398 733	28 100
Antoine Bernheim	–	–	126 450
Nicholas Clive-Worms	–	–	63 225
Diego Della Valle	–	–	28 100
Michel François-Poncet	–	–	84 300
Albert Frère	–	–	63 225
Pierre Godé*	310 476	1 641 907	70 795
Gilles Hennessy*	153 868	–	63 225
Cornelis H. van der Hoeven	–	–	42 150
Jean-Marie Messier	–	–	42 150
Jean Peyrelevade	–	–	42 150
Lord Powell of Bayswater	131 711	–	42 150
Felix G. Rohatyn	131 391	–	42 150
Myron Ullman	–	–	10 538

\* Avantage en nature : voiture de fonction.

\*\* Montant versé par la société et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-16 du Code de Commerce, après déduction des charges sociales, de la CSG et de la CRDS au taux forfaitaire de 10 % et de l'impôt sur le revenu au taux marginal français de 49,58 %.

## 6. INFORMATIONS RELATIVES A LA 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.



# LVMH MOET HENNESSY LOUIS VUITTON SA

## BILAN AU 31 DÉCEMBRE 2002

### ACTIF

(en milliers d'euros)	Notes	2002			2001	2000
		Brut	Amortissements Provisions	Net	Net	Net
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>						
<b>Immobilisations incorporelles</b>	7					
Frais d'établissement		–	–	–	–	–
Autres immobilisations incorporelles		–	–	–	–	2
<b>Immobilisations corporelles</b>	7					
Vignobles et autres terrains		25 597	–	25 597	25 382	25 382
Constructions		1 505	(615)	890	1 078	1 266
Installations techniques, matériels		554	(74)	480	685	1
Autres immobilisations corporelles		6 091	(1 464)	4 627	5 122	3 916
Avances et acomptes		–	–	–	–	–
<b>Immobilisations financières</b>						
Participations	8	9 930 888	(2 590 920)	7 339 968	5 528 517	7 282 071
Créances rattachées à des participations	9	5 217 196	–	5 217 196	7 842 867	5 413 850
Autres titres immobilisés		9	–	9	9	9
Prêts		480	(100)	380	–	–
Actions LVMH	11	–	–	–	–	139 444
Autres immobilisations financières		311	–	311	326	282
		<b>15 182 631</b>	<b>(2 593 173)</b>	<b>12 589 458</b>	<b>13 403 986</b>	<b>12 866 223</b>
<b>ACTIF CIRCULANT</b>						
Avances et acomptes versés		–	–	–	–	–
Clients		–	–	–	978	202
Autres créances	10	1 036 358	(3 653)	1 032 705	1 263 051	652 543
Actions LVMH	11	934 728	(128 420)	806 308	1 430 405	1 514 377
Valeurs mobilières de placement	VII	218 022	–	218 022	418 497	235 257
Disponibilités		121 823	–	121 823	79 923	7 517
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION</b>						
Charges constatées d'avance	12	5 452	–	5 452	19 760	85 519
		<b>2 316 383</b>	<b>(132 073)</b>	<b>2 184 310</b>	<b>3 212 614</b>	<b>2 495 415</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices		–	–	–	–	–
Primes de remboursement des obligations		12 111	–	12 111	15 248	13 224
Écarts de conversion actif	13	–	–	–	366	126
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>		<b>17 511 125</b>	<b>(2 725 246)</b>	<b>14 785 879</b>	<b>16 632 214</b>	<b>15 374 988</b>

## PASSIF

(en milliers d'euros)	Notes	2002	2002	2001	2000
		Après affectation	Avant affectation	Avant affectation	Avant affectation
<b>CAPITAUX PROPRES</b>					
Capital social (dont versé : EUR 146 981)	14	146 981	146 981	146 970	146 958
Primes d'émission, de fusion et d'apport	14	1 736 276	1 736 276	1 735 528	1 734 819
Écarts de réévaluation	15	42 558	42 558	42 574	42 574
Réserve légale		14 698	14 697	14 695	14 694
Réserves réglementées	16	531 293	531 293	531 293	531 293
Report à nouveau		539 432	907 570	1 866 988	1 697 897
Acompte sur dividendes		–	(103 109)	(100 666)	(101 131)
Résultat de l'exercice		–	23 813	(612 237)	514 048
Provisions réglementées		147	147	148	148
		<b>3 011 385</b>	<b>3 300 226</b>	<b>3 625 293</b>	<b>4 581 300</b>
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>					
	17				
Provisions pour risques		192 326	192 326	153 822	153 713
Provisions pour charges		4 832	4 832	5 379	5 373
		<b>197 158</b>	<b>197 158</b>	<b>159 201</b>	<b>159 086</b>
<b>DETTES</b>					
	18				
Titres à Durée Indéterminée (T.D.I.)		584 797	584 797	596 009	610 126
Emprunts obligataires convertibles		–	–	–	–
Autres emprunts obligataires		3 552 011	3 552 011	4 265 330	2 381 508
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		590 487	590 487	601 934	784 753
Emprunts et dettes financières divers		6 151 114	6 151 114	6 915 043	6 186 995
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		28 182	28 182	25 913	19 146
Dettes fiscales et sociales		43 321	43 321	29 061	190 801
Autres dettes		610 199	321 358	408 247	387 391
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION</b>					
Produits constatés d'avance		1 906	1 906	3 436	66 950
		<b>11 562 017</b>	<b>11 273 176</b>	<b>12 844 973</b>	<b>10 627 670</b>
Écarts de conversion passif	13	15 319	15 319	2 747	6 932
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>		<b>14 785 879</b>	<b>14 785 879</b>	<b>16 632 214</b>	<b>15 374 988</b>

# LVMH MOET HENNESSY LOUIS VUITTON SA

## COMPTE DE RÉSULTAT EXERCICE 2002

(en milliers d'euros)	Notes	2002	2001	2000
Produits financiers de participations		890 432	1 341 075	506 650
Prestations de services, autres revenus		129 373	141 256	66 414
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>1</b>	<b>1 019 805</b>	<b>1 482 331</b>	<b>573 064</b>
Reprises d'amortissements et provisions, transferts de charges		–	–	290
Autres produits d'exploitation		384	10	470
<b>Total des produits d'exploitation</b>		<b>1 020 189</b>	<b>1 482 341</b>	<b>573 824</b>
Autres achats et charges externes		178 774	172 964	91 211
Impôts, taxes et versements assimilés		3 148	2 686	2 116
Salaires et traitements		32 183	31 706	20 788
Charges sociales		12 462	10 036	6 153
Dotations aux amortissements		702	676	554
Dotations aux provisions	17	–	5	–
Autres charges		5 769	1 497	770
<b>Total des charges d'exploitation</b>		<b>233 038</b>	<b>219 570</b>	<b>121 592</b>
Reprises de provisions et transferts de charges	17	332 198	374	80 213
Intérêts et produits assimilés	2	237 380	337 987	443 174
Différences positives de change	3	2 205 145	1 482 840	1 289 941
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		18 442	41 235	74 214
<b>Total des produits financiers</b>		<b>2 793 165</b>	<b>1 862 436</b>	<b>1 887 542</b>
Dotations aux amortissements et provisions	17	23 164	342 909	307
Intérêts et charges assimilés	4	469 047	568 621	453 689
Différences négatives de change	3	2 161 241	1 421 932	1 387 862
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		259 743	–	20 335
<b>Total des charges financières</b>		<b>2 913 195</b>	<b>2 333 462</b>	<b>1 862 193</b>
<b>RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT</b>		<b>667 121</b>	<b>791 745</b>	<b>477 581</b>
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	5	11 235	–	–
Produits exceptionnels sur opérations en capital	5	293	52 450	1 205 067
Reprises de provisions et transferts de charges	17	25 775	–	53 761
<b>Total des produits exceptionnels</b>		<b>37 303</b>	<b>52 450</b>	<b>1 258 828</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		6 361	–	–
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	5	250	31 405	1 228 363
Dotations aux amortissements et provisions	17	987 964	1 726 402	45 735
<b>Total des charges exceptionnelles</b>		<b>994 575</b>	<b>1 757 807</b>	<b>1 274 098</b>
Impôt sur les bénéfices	6	(313 964)	(301 375)	(51 737)
<b>RÉSULTAT NET</b>		<b>23 813</b>	<b>(612 237)</b>	<b>514 048</b>

# TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>EXPLOITATION</b>			
Résultat net	24	(612)	514
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	830	1 727	1
Variation des autres provisions	(176)	343	(88)
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	246	(53)	(32)
Résultat latent sur instruments financiers	(274)	–	–
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>650</b>	<b>1 405</b>	<b>395</b>
Variation des autres créances et dettes (y compris comptes courants intra-groupe)	3 938	(2 289)	1 701
<b>VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>3 938</b>	<b>(2 289)</b>	<b>1 701</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>	<b>4 588</b>	<b>(884)</b>	<b>2 096</b>
<b>INVESTISSEMENT</b>			
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	–	(2)	(1)
Acquisition de titres de participation	(69)	(1)	(12)
Cession de titres de participation, et opérations assimilées	–	52	2 214
Souscription aux augmentations de capital de filiales	(2 568)	(3)	(4 727)
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>	<b>(2 637)</b>	<b>46</b>	<b>(2 526)</b>
<b>FINANCEMENT</b>			
Augmentation de capital	1	1	1
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	592	(87)	(417)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(350)	(345)	(324)
Émission ou souscription de dettes financières	236	2 567	3 218
Remboursement de dettes financières	(2 588)	(1 042)	(1 981)
(Acquisition) / Cession de valeurs mobilières de placement cotées	–	126	(126)
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>	<b>(2 109)</b>	<b>1 220</b>	<b>371</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>(158)</b>	<b>382</b>	<b>(59)</b>
<b>TRÉSORERIE A L'OUVERTURE DE L'EXERCICE</b>	<b>498</b>	<b>116</b>	<b>175</b>
<b>TRÉSORERIE A LA CLÔTURE DE L'EXERCICE</b>	<b>340</b>	<b>498</b>	<b>116</b>

# RÉSULTATS AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en milliers d'euros)	1998	1999	2000	2001	2002
<b>1. Capital en fin d'exercice</b>					
a) Capital social <sup>(1)</sup>	135 654	146 936	146 958	146 970	146,981
b) Nombre d'actions ordinaires existantes <sup>(2)</sup>	88 983 072	97 957 650 <sup>(1)</sup>	489 858 345 <sup>(2)</sup>	489 901 115	489 937 410
c) Nombre maximal d'actions futures à créer :					
– par conversion d'obligations	8 789	–	–	–	–
– par exercice de bons de souscription	–	–	–	–	–
– par exercice de droits de souscription	229 746	32 167	87 480	40 855	–
<b>2. Opérations et résultats de l'exercice</b>					
a) Chiffre d'affaires hors taxes	445 838	554 691	573 064	1 482 331	1 019 805
b) Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	880 363	968 787	426 670	1 457 381	677,670
c) Impôts sur les bénéfices <sup>(3)</sup>	797	24 680	–	–	–
d) Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	821 224	908 774	514 048	(612 237)	23,813
e) Résultat distribué	302 508	333 056	367 394	367 426	391,950
<b>3. Résultats par actions (en Euros)</b>					
a) Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	10,12	9,77 <sup>(1)</sup>	0,88 <sup>(2)</sup>	2,99	1,38
b) Résultat après impôts, et charges calculées (amortissements et provisions)	9,45	9,40 <sup>(1)</sup>	1,06 <sup>(2)</sup>	(1,25)	0,05
c) Dividende net distribué à chaque action	3,40	3,40 <sup>(1)</sup>	0,75 <sup>(2)</sup>	0,75	0,80
<b>4. Personnel</b>					
a) Effectif moyen (en nombre)	28	34	33	35	36
b) Montant de la masse salariale	12 833	17 302	20 788	31 706	32,183
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	5 421	5 168	6 153	10 036	12,462

(1) Le 21 juin 1999 : attribution d'actions gratuites à raison d'une action nouvelle pour dix anciennes, jouissance au 1er janvier 1999, soit 8 900 954 actions créées, au nominal de EUR 1,50.

(2) Le 3 juillet 2000 division du nominal par cinq, la valeur nominale de l'action étant réduite de 1,50 euros à 0,30 euro et, le nombre d'actions composant le capital étant multiplié par 5

(3) Hors effets de la convention d'intégration fiscale.

## I. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

1. Le bilan et le compte de résultat de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton sont établis conformément aux dispositions de la législation française et aux pratiques comptables généralement admises en France.

Toutefois, compte tenu de l'activité exclusivement financière et foncière de LVMH, et pour une meilleure présentation de son compte de résultat, les dividendes perçus des filiales et participations ainsi que les quotes-parts de résultats bénéficiaires des sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés sont classés en produits d'exploitation, en dérogation au Plan Comptable Général.

2. Les principales règles et méthodes utilisées sont les suivantes :

- 2.1 Les frais d'établissement sont amortis prorata temporis sur une durée de 5 ans.

- 2.2 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 fait l'objet d'une réévaluation en 1978 (réévaluation légale de 1976).

- 2.3 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 provision pour dépréciation est constituée pour le montant de la différence. La valeur d'inventaire est appréciée sur la base de critères tels que la valeur de la quote-part dans l'actif net, la valeur boursière ou les perspectives de rentabilité ; ces critères sont pondérés par les effets de détention de ces titres en termes de stratégie ou de synergies eu égard aux autres participations détenues.

Les titres de participation en portefeuille au 31 décembre 1976 ont fait l'objet d'une réévaluation en 1978 (réévaluation légale de 1976).

- 2.4 Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire, basée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à la valeur comptable.

- 2.5 Les primes d'émission des emprunts obligataires sont amorties sur la durée de l'emprunt. Les frais d'émission sont enregistrés en charges lors de l'émission.

- 2.6 Les valeurs mobilières de placement, y compris les produits monétaires de capitalisation, sont évaluées à leur coût d'acquisition (hors frais de transaction).

Lorsque leur valeur d'inventaire à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une provision pour dépréciation est constituée pour le montant de la différence.

Pour les titres cotés, la valeur d'inventaire s'apprécie par référence au cours moyen boursier du mois de décembre ; pour les titres ou parts non cotés par référence à la valeur liquidative publiée ou à la valeur de réalisation estimée.

Les provisions sont calculées par ligne de titres, sans compensation entre les plus et moins-values constatées.

Les créances assimilées à des valeurs mobilières de placement (certificats de dépôt négociables) sont enregistrées à leur valeur faciale.

La détermination du résultat de cession des valeurs mobilières de placement s'effectue le plus souvent selon la méthode FIFO (Premier entré – Premier sorti).

- 2.7 Les actions LVMH sont comptabilisées à leur prix d'acquisition.

Les actions détenues dans la perspective d'une détention longue, d'une annulation ou d'un échange sont enregistrées en immobilisations financières.

Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat sont affectées à ces plans, pour la durée de ceux-ci. Lors de la mise en place du plan, une provision pour charges est éventuellement comptabilisée pour ramener leur prix d'acquisition au prix d'exercice prévu par le plan.

Les actions détenues dans le cadre réglementaire de la régularisation des cours boursiers et des plans d'options d'achat sont assimilées à des valeurs mobilières de placement, notamment pour la détermination de leur valeur d'inventaire.

La détermination du résultat de cession d'actions LVMH s'effectue selon la méthode FIFO, à l'exception du résultat provenant de la cession d'actions affectées aux plans d'options d'achat ; pour celles-ci, le résultat de cession est calculé par référence au prix de revient moyen des actions détenues dans le cadre du plan correspondant.

- 2.8 Les dividendes des filiales et participations sont enregistrés lorsqu'ils sont perçus, nets de retenue à la source pour les dividendes de sociétés étrangères.

2.9 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.

2.10 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 françaises (voir note II – 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 ; 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 en effet nul.

2.11 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. 2.12

## II. ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ

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.

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, sont essentiellement le reflet de ces opérations.

## III. NOTES SUR LES BILAN ET COMPTE DE RÉSULTAT

### Note 1 : CHIFFRES D'AFFAIRES

(en milliers d'euros)	2002	2001	2000
Produits financiers de filiales et participations :			
- Dividendes perçus de sociétés françaises et quote-part de résultats de sociétés transparentes	890 432	1 339 303	463 464
- Dividendes perçus de sociétés étrangères	-	1 772	43 186
	890 432	1 341 075	506 650
Revenus fonciers	4 167	4 011	4 075
Prestations de services	125 206	137 245	62 339
	<b>1 019 805</b>	<b>1 482 331</b>	<b>573 064</b>

Les revenus fonciers sont liés à l'exploitation, par les sociétés du Groupe, de vignobles champenois dont LVMH a la propriété.

Les prestations de services sont constituées de prestations d'assistance au management des filiales et de refacturations de frais engagés pour compte de ces dernières.

### Note 2 : INTÉRÊTS ET PRODUITS ASSIMILÉS

Les intérêts et produits assimilés se décomposent de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	2002	2001	2000
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	210 551	306 894	400 819
Revenus de placements et autres	26 829	31 093	42 355
	<b>237 380</b>	337 987	443 174

### Note 3 : RÉSULTAT DE CHANGE

Le résultat de change se décompose de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Charges	Produits
Différences de change au titre d'opérations pour compte des filiales	2 148 700	2 148 700
Différences de change au titre d'opérations pour compte propre	12 541	56 445
	<b>2 161 241</b>	<b>2 205 145</b>

(Voir également II – Activité de la société).

### Note 4 : INTÉRÊTS ET CHARGES ASSIMILÉES

L'évolution des intérêts et charges assimilées s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	2002	2001	2000
Intérêts sur TDI	74 006	70 408	69 946
Intérêts sur emprunts obligataires	160 234	167 601	104 241
Intérêts sur emprunts bancaires	20 136	46 093	52 355
Intérêts sur billets de trésorerie	76 567	161 717	138 572
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	120 747	114 067	87 168
Autres intérêts et charges financières	17 357	8 735	1 407
	<b>449 047</b>	568 621	453 689

## Note 5 : RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Les dotations exceptionnelles aux provisions représentent des dépréciations de participations, à hauteur de 826 millions d'euros; elles représentent en outre la dépréciation d'actions LVMH à hauteur de 118 millions d'euros, dont 99 millions d'euros au titre d'actions détenues dans le cadre de certains plans d'options d'achat, le prix d'exercice des options étant supérieur à la valeur de marché de l'action LVMH en fin d'exercice.

## Note 6 : IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

- 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 la situation fiscale des filiales concernées, restant identique à celle qui résulterait d'une imposition séparée tant que celles-ci 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 et l'impôt résultant de la détermination du résultat imposable d'ensemble, est enregistrée par LVMH.

- Ventilation de la charge d'impôt

(en milliers d'euros)	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôt	667 120	(957 271)
Impôt	–	–
Résultat avant intégration fiscale	667 120	(957 271)

Le montant d'impôt créditeur de 313 964 milliers d'euros figurant au compte de résultat, non explicité ci-dessus sous la rubrique impôt, correspond aux effets de la convention d'intégration fiscale.

- Imposition différée au 31 décembre 2002
  - Le solde d'impôts différés à payer provenant de différences temporaires d'imposition s'élève à 10 millions d'euros.
  - Le montant de reports déficitaires non utilisés par l'intégration fiscale dont LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA est la société mère, s'élève à 1 060 millions d'euros. Ceux-ci sont reportables jusqu'en 2006.

## Note 7 : IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en milliers d'euros)	2002
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2001	32 267
– investissements	279
– cessions et mises hors service	(2 410)
– variation nette des amortissements	1 458
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2002	31 594

## Note 8 : PARTICIPATIONS

(en milliers d'euros)	2002
Valeur brute du portefeuille au 31 décembre 2001	7 293 869
– achat d'actions LVMH Fashion Group SA	63 966
– souscription à l'augmentation du capital de SOFIDIV SA	2 010 000
– souscription à l'augmentation du capital de Moët Hennessy SNC	548 728
– autres mouvements	14 325
Valeur brute du portefeuille au 31 décembre 2002 (1)	9 930 888

(1) Voir Tableau filiales et participations et Inventaire du portefeuille.

## Note 9 : CRÉANCES RATTACHÉES A 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.

## Note 10 : AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en milliers d'euros)	2002	2001	2000
– créances sur des entreprises liées	741 394	708 817	234 077
<i>dont : comptes courants d'intégration fiscale</i>	314 593	89 916	77 813
<i>acompte sur dividende à recevoir</i>	213 683		
<i>primes payées sur options de change</i>	64 191	105 742	112 965
– produits à recevoir d'entreprises liées	869	20 611	13 048
– créances sur l'État	44 126	161 529	37 543
– autres créances	246 316	372 094	367 875
<i>dont primes payées sur options de change</i>	83 698	145 396	166 790
	<b>1 032 705</b>	<b>1 263 051</b>	<b>652 543</b>

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an.

## Note 11 : ACTIONS LVMH

Le solde au 31 décembre 2002 s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette
Titres immobilisés	–	–	–
Plans d'options d'achat	716 444	(99 963)	616 481
Régularisation des cours	218 284	(28 457)	189 827
	<b>934 728</b>	<b>(128 420)</b>	<b>806 308</b>

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

(en milliers d'euros)	Valeurs mobilières de placement			
	Plans d'options Nombre	Valeur	Régularisation des cours Nombre	Valeur
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2002</b>	<b>13 684 977</b>	<b>577 350</b>	<b>18 643 571</b>	<b>1 195 598</b>
Achats	3 292 660	148 860	1 578 840	70 973
Cessions	–	–	(15 722 411)	(1 050 933)
Reclassements	(50 600)	(2 646)	50 600	2 646
Levées d'options	(224 628)	(7 122)	–	–
<b>Au 31 décembre 2002</b>	<b>16 702 409</b>	<b>716 442</b>	<b>4 550 600</b>	<b>218 284</b>

Le résultat dégagé sur l'exercice par les cessions s'est élevé à 86 millions d'euros, correspondant à une perte de 246 millions d'euros couverte par la reprise de provisions constituée sur ces titres à la clôture de l'exercice 2001 soit 332 millions d'euros.

#### Note 12 : CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE

Les charges constatées d'avance sont constituées essentiellement d'intérêts et charges assimilées.

#### Note 13 : ÉCARTS DE CONVERSION

Les écarts de conversion actif et passif proviennent de la réévaluation, à la clôture, des en-cours d'emprunts et comptes courants en devises.

#### Note 14 : CAPITAL ET PRIMES

(en milliers d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes
		Valeur	Valeur
Au 31 décembre 2001	489 901 115	146 970	1 735 528
Levées d'options de souscription	36 295	11	748
<b>Au 31 décembre 2002</b>	<b>489 937 410</b>	<b>146 981</b>	<b>1 736 276</b>

Le capital est constitué de 489 937 410 actions au nominal de 0,30 euro.

Toutes les actions composant le capital ont les mêmes droits, à l'exception des actions existant sous la forme nominative depuis plus de 3 ans dont les titulaires bénéficient d'un droit de vote double. Les actions d'auto-détention ne bénéficient ni du droit de vote, ni du droit au dividende. Les actions d'auto-contrôle ne bénéficient pas du droit de vote.

Au 31 décembre 2002, le capital se décompose ainsi :

– actions à droit de vote double	227 930 805
– actions à droit de vote simple	240 753 596
– actions d'auto-contrôle	21 253 009
<b>Nombre total d'actions</b>	<b>489 937 410</b>

#### Note 15 : ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

Les « Écarts de réévaluation » proviennent des opérations réalisées en 1978 dans le cadre de la réévaluation légale de 1976. Ils concernent les immobilisations non amortissables suivantes :

(en milliers d'euros)	2002	2001	2000
– vignobles et autres terrains	18 009	18 025	18 025
– titres de participation (Parfums Christian Dior et SCI du 30 avenue Hoche)	24 549	24 549	24 549
	<b>42 558</b>	<b>42 574</b>	<b>42 574</b>

#### Note 16 : RÉSERVES RÉGLEMENTÉES

Les « Réserves réglementées » sont constituées de la « Réserve spéciale des plus-values à long terme » pour 529 114 milliers d'euros ; elles incluent en outre les réserves indisponibles de

2 179 milliers d'euros, constituées lors de la réduction de capital effectuée concomitamment à la conversion du capital en euros.

#### Note 17 : VARIATION DES PROVISIONS

La variation des provisions s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	2001	Dotations	Utilisations	Reprises	2002
Provisions pour dépréciation d'actifs :					
– sur titres de participation	1 765 352	825 568	–	–	2 590 920
– sur actions LVMH	342 543	118 075	332 198	–	128 420
– autres	–	3 753	–	–	3 753
Provision pour risques et charges :					
– pour risques	153 822	63 732	–	25 228	192 326
– pour charges	5 379	–	547	–	4 832
<b>Total</b>	<b>2 267 096</b>	<b>1 011 128</b>	<b>332 745</b>	<b>25 228</b>	<b>2 920 251</b>
dont : résultat d'exploitation	–	–	–	–	–
résultat financier	–	23 164	332 198	–	–
résultat exceptionnel	–	987 964	547	25 228	–

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 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.

## Note 18 : ANALYSE DES DETTES

La répartition des dettes avant répartition du résultat et selon leur échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, sont représentées dans le tableau ci-après :

Dettes (en milliers d'euros)	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		à 1 an au plus	de 1 à 5 ans	à plus de 5 ans		
Titres à Durée Indéterminée (TDI)	584 797	7 716	577 081		7 716	–
Autres emprunts obligataires	3 552 011	429 482	2 622 529	500 000	50 783	170 000
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	590 487	291 086	238 421	60 980	1 612	–
Emprunts et dettes financières divers	6 151 114	6 151 114	–	–	11 008	4 703 839
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	28 182	28 182	–	–	27 526	–
Dettes fiscales et sociales	43 321	37 063	6 258	–	18 431	–
Autres dettes (dont primes reçues sur options de change 149,3 millions d'euros)	321 358	321 358	–	–	20 552	276 578
<b>Total</b>	<b>11 271 270</b>	<b>7 266 001</b>	<b>3 444 289</b>	<b>560 980</b>	<b>137 628</b>	<b>5 150 417</b>

### Note 18.1 : 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 ont été émis moyennant rémunération du nominal au taux de l'Euribor à 6 mois majoré de 0,45 %. Les TDI de 1992 ont été émis au taux facial de 9,70 % l'an.

Dans le cadre de sa gestion du risque de taux, LVMH a conclu des contrats de couverture transformant le TDI de 1990 en une opération pour partie à taux fixe et pour partie à taux variable.

Le régime fiscal des émissions a été confirmé par le Service de la Législation Fiscale en 1993 et en 1996.

## Note 18.2 : Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont répartis entre émissions publiques et placements privés (réalisés au moyen du programme 2002 d'Euro Medium Term Notes de 5.000 M EUR, utilisé à hauteur de 2.029 9 M EUR) selon le tableau ci-dessous :

(en milliers d'euros)	Taux d'intérêt	Swap vers taux variable	Echéances	Nominal	Intérêts courus	TOTAL
<b>Émissions publiques :</b>						
EUR 500 000 000, 2001	6,125 %	total	2008	500 000	220	500 220
EUR 850 000 000, 2001 <sup>(1)</sup>	5,375 %	partiel	2004	850 000	24 754	874 754
EUR 600 000 000, 2000 <sup>(2)</sup>	5,75 %	total	2005	600 000	8 199	608 199
EUR 800 000 000, 1999 <sup>(3)</sup>	5,00 %	total	2006	800 000	12 478	812 478
FRF 1 300 000 761, 1998 indexé <sup>(4)</sup>	1,00 %	total	2005	71 338	683	72 021
<b>Placements privés (programme Euro Medium Term Notes) :</b>						
EUR 10 000 000, 2002	variable	–	2003	10 000	32	10 032
EUR 10 000 000, 2002	variable	–	2003	10 000	19	10 019
EUR 8 000 000, 2002	variable	–	2004	8 000	26	8 026
EUR 50 000 000, 2002	variable	–	2004	50 000	111	50 111
HKD 150 000 000, 2002	variable	–	2003	21 645	100	21 745
HKD 150 000 000, 2002	variable	–	2003	21 645	106	21 751
EUR 130 000 000, 2001	variable	–	2003	130 000	1 009	131 009
SGD 125 000 000, 2001	4,00 %	total	2006	66 187	838	67 025
EUR 55 000 000, 2001	variable	–	2006	55 000	116	55 116
JPY 2 000 000 000, 2001	0,65 %	total	2004	18 762	151	18 913
JPY 1 500 000 000, 2001	0,95 %	total	2006	13 672	80	13 752
JPY 1 100 000 000, 2001	variable	–	2006	10 464	79	10 543
JPY 1 000 000 000, 2001	variable	–	2006	9 107	64	9 171
EUR 300 000 000, 2001	variable	–	2003	170 000	1 215	171 215
EUR 40 000 000, 2000	variable	–	2004	40 000	342	40 342
EUR 30 000 000, 2000	variable	–	2005	30 000	93	30 093
HKD 100 000 000, 2000	variable	–	2003	15 404	72	15 476
<b>TOTAL</b>				<b>3 501 224</b>	<b>50 787</b>	<b>3 552 011</b>

- (1) Emprunt 2001 de 850 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,375 %, effectué selon les modalités suivantes :
- première tranche de 800 millions d'euros, émise à 99,616 % du nominal,
  - seconde tranche de 50 millions d'euros, émise à 101,036 % du nominal.
- (2) Emprunt 2000 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,75 %, effectué selon les modalités suivantes :
- première tranche de 400 millions d'euros, émise à 99,513 % du nominal,
  - deuxième tranche de 150 millions d'euros, émise à 98,563 % du nominal,
  - troisième tranche de 50 millions d'euros, émise à 98,846 % du nominal.
- (3) Emprunt 1999 de 800 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00%, effectué selon les modalités suivantes :
- première tranche de 500 millions d'euros, émise à 99,515 % du nominal,
  - deuxième tranche de 200 millions d'euros, émise à 97,395 % du nominal,
  - troisième tranche de 100 millions d'euros, émise à 96,653 % du nominal.
- (4) Emprunt indexé émis en 1998 pour FRF 1 300 000 761 à 100% du nominal, sur la base d'un cours de référence de l'action LVMH de EUR 42,33. Remboursable en totalité à l'échéance au pair ou pour un montant égal à la moyenne arithmétique des 10 derniers cours de bourse précédant le 1er mai 2005 si ce montant est plus élevé, cet emprunt comporte une option de remboursement anticipé au bénéfice des porteurs entre le 15 mai 2002 et le 15 avril 2005 sur la base du cours de l'action LVMH. Dans ce cadre, LVMH a remboursé un montant total de 127 millions d'euros d'obligations au cours de l'exercice 2002 ; les swaps associés à cet emprunt le transformant en totalité en emprunt non indexé à taux variable ont été annulés à due concurrence.

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair in fine. L'ensemble des émissions en devises ont fait l'objet de swaps les transformant en emprunts en euros, à l'exception de l'emprunt de SGD 125 000 000 transformé en un emprunt en dollars. Les swaps ici mentionnés ne concernent que ceux conclus à l'émission des emprunts obligataires, non les opérations ultérieures de couverture de taux.

#### Note 18.3 : Emprunts et dettes financières divers

Les emprunts et dettes financières divers 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 d'autres sociétés du groupe ; les avances sont effectuées dans le cadre de la gestion centralisée de trésorerie mentionnée en note 9.

#### Note 18.4 : Analyse de la dette financière par devise

Une part de la dette financière en euros a fait l'objet de swaps à échéance de un à trois mois, la transformant en un encours en devises à hauteur de 1 279,3 millions de francs suisses, 69 263 millions de livres sterling, 4 100 millions de yens et 864 millions de dollars US.

## IV. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ.

- L'utilisation d'instruments financiers par LVMH pour son propre compte 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 filiales et participations étrangères.
- Chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts. Toutefois, LVMH étant la maison mère d'un groupe consolidé, il peut arriver que soient utilisés des instruments ayant nature de couverture en consolidation, mais non adossés en comptes sociaux ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques ; en application des principes comptables décrits en paragraphe I, de tels instruments sont réputés non affectés.
- Dans le cadre de la centralisation des couvertures de change de ses filiales, l'utilisation par LVMH d'instruments financiers ne génère pas de position de change. En effet, comme décrit en Note 2, les contrats de couverture souscrits auprès de LVMH par ses filiales sont répercutés sur le marché de façon symétrique en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance.

Les contreparties aux contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation internationale, dans un souci de diversification.

### 1. Couvertures de taux de change

Toutes devises confondues, les contrats existants au 31 décembre 2002, réévalués aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Sur le marché	Vis-à-vis des filiales
Opérations de couverture pour compte des filiales :		
– Ventes à terme	182 089	(4 334)
– Achats à terme	(4 334)	182 089
– Accumulateurs	113 748	113 748
– Options de change	1 808 619	1 808 619
Opérations pour compte propre sur le plan comptable :		
– Achats à terme	(85 690)	–
– Ventes à terme	21 218	–
Opérations pour compte propre réputées non adossées sur le plan comptable :		
– Accumulateurs	23 314	–
– Ventes à terme	45 824	–
– Options de change	16 078	–

## 2. Instruments de taux d'intérêt

L'ensemble des instruments de taux d'intérêts est affecté à des dettes financières dont les échéances sont identiques ou supérieures à celles des instruments. La nature des instruments en vie au 31 décembre 2002 et le montant des sous-jacents s'analysent de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Échéances		
	à 1 an au plus	de 1 à 5 ans	à plus de 5 ans
Swaps payeurs de taux fixe	–	564 000	–
Swaps payeurs de taux variable	2 779 000	4 042 000	561 000
Caps	2 851 000	2 166 000	–
Floors	–	650 000	–

## V. AUTRES INFORMATIONS

### 1. Engagements en matière de pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite

Ces engagements sont soit provisionnés, soit couverts par contrats d'assurance capitalisation à hauteur de l'engagement actuariel.

### 2. Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 756 millions d'euros ; ce chiffre 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 montant n'inclut pas 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 de l'exercice de la promesse. A la date de ce Protocole d'Accord, la participation de Diageo dans Moët Hennessy avait été évaluée à plus de 1,2 milliard d'euros.

### 3. Autres engagements

(en milliers d'euros)	au 31 décembre 2002
Engagements donnés :	
– Cautions accordées au profit de filiales, ou autres sociétés du groupe	2 935 800
– Engagements de crédit-bail mobilier	–
	<b>2 935 800</b>
Engagements reçus :	
– Lignes de crédit confirmées à long terme non tirées	1 835 000
– Lignes de crédit confirmées à court terme non tirées	1 650 000
– Cautions bancaires obtenues	–
	<b>1 835 000</b>

# FILIALES ET PARTICIPATIONS

(en milliers d'unités monétaires)

Sociétés	Siège social	Devise	Capital (a)	Capitaux propres	Quote part du	Valeur comptable		Prêt et avances consentis (c)	Cautions et avals accordés (c)	Chiffres d'affaires hors taxes (a)	Bénéfice net ou perte(-) du dernier exercice (a)	Dividendes encaissés en 2002 (c)
				autres que le capital (a) (b)	capital détenu en pourcentage	des titres détenus (c)	Brute					
<b>1. Filiales (&gt;50%) :</b>												
Moët Hennessy SNC	Boulogne	EUR	428 730	1 989 233	58 67	1 018 997	1 018 997	–	–	1 228 200	905 895	606 737
Moët Hennessy Inter.	Boulogne	EUR	151 564	12 968	58 67	74 443	74 443	–	–	–	(10)	–
LVMH Fashion Group	Paris	EUR	35 634	987 911	99 94	821 782	821 782	979 938	–	659 055	682 783	–
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2 621	230 466	99 98	76 447	76 447	21 260	–	765 962	90 177	34 685
SCI 30 avenue Hoche	Paris	EUR	30	29 837	90 00	979	979	2	–	2 385	29 737	–
Sofidiv SA	Paris	EUR	4 977 390	63 518	100 00	6 666 408	5 040 905	1 637 273	–	35 875	(679 856)	–
LVMH Finance SA	Paris	EUR	319 350	(385 324)	99 99	980 499	15 083	340 409	–	2 494	(318 382)	–
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29 416	61 061	99 99	259 163	259 163	510	–	207 065	14 357	8 374
SCI 22 Avenue Montaigne	Paris	EUR	3 000	233	95 00	2 850	2 850	–	–	0	104(d)	–
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150 000	49 082	100 00	7 564	7 564	–	447 599	630 482	9 820	–
LVMH Services LTD	Londres	GBP	3 500	(2 267)	100 00	5 622	5 622	3 850	–	2 494	(584)	–
<b>2. Participations (&gt;10 % et &lt;50 %)</b>												
GIE LVMH Services	Paris	EUR	44 275	(3 977)	20 00	8 855	8 855	30 599	–	3 495	(3 977)	–
<b>3. Participations (&lt;10 %)</b>												
Loewe SA	Madrid	EUR	5 328	25 487	5 44	6 692	6 692	15 981	–	72 838	1 662	–
<b>4. Autres participations</b>												
						587	587	–	–			2
<b>Total</b>						<b>9 930 888</b>	<b>7 339 968</b>	<b>3 029 822</b>	<b>447 599</b>			<b>649 798</b>

(a) En devises pour les filiales étrangères

(b) Avant affectation du résultat de l'exercice

(c) En milliers d'euros

(d) Comptes arrêtés du 28/07/2000 au 31/12/2001

# INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2002

## Titres de participation et autres titres immobilisés

(en milliers d'euros)	% de participation directe	Valeur nette comptable
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de <b>Moët Hennessy SNC</b>	58,67	1 018 997
23 742 528 actions de valeur nominale EUR 1,50 de <b>LVMH Fashion Group</b> <sup>(1)</sup>	99,94	821 782
68 957 actions de valeur nominale EUR 38 de <b>Parfums Christian Dior SA</b>	99,98	76 447
1 800 parts de valeur nominale EUR 15 de la <b>SCI du 30 de l'avenue Hoche</b>	90,00	979
331 826 000 actions de valeur nominale EUR 15 de <b>Sofidiv SA</b>	100,00	5 040 905
21 289 994 actions de valeur nominale EUR 15 de <b>LVMH Finance SA</b>	99,99	15 083
1 961 043 actions de valeur nominale EUR 15 de <b>Le Bon Marché SA</b>	99,99	259 163
2 850 parts de valeur nominale EUR 1 000 de la <b>SCI du 22 de l'avenue Montaigne</b>	95,00	2 850
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 13,82 de <b>Moët Hennessy International</b>	58,67	74 443
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de <b>LVMH KK</b> (Japon)	100,00	7 564
3 500 000 actions de valeur nominal GBP 1 de <b>LVMH Services LTD</b> (Grande-Bretagne)	100,00	5 622
7 000 parts de valeur nominale EUR 457,35 du <b>GIE LVMH Services</b>	20,00	8 855
37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de <b>Creare SA</b> (Luxembourg)	32,17	564
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de <b>Loewe SA</b> (Espagne)	5,44	6 692
Autres titres de participation		22
<b>TOTAL</b>		<b>7 339 968</b>

(1) : anciennement Louis Vuitton SA

## Valeurs mobilières de placement et créances assimilées

(en milliers d'euros)	Valeur nette comptable	Valeur de marché
• Titres de créances négociables	150 000	150 000
• Autres	68 022	68 022
<b>TOTAL</b>	<b>218 022</b>	<b>218 022</b>

# RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Mesdames, Messieurs,

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 2002, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- 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.

## 1. 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.

## 2. 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.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote, vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris, le 10 avril 2003

Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

## Conventions autorisées au cours de l'exercice

En application de l'article L 225-40 du Code de Commerce, nous avons été avisés des conventions 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 mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles 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 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions 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.

### **Objet : Convention de prestations de services**

Le 6 mars 2002, le Conseil d'Administration a autorisé la signature d'une convention de prestations de services avec la société Christian Dior.

Cette convention porte sur l'assistance juridique notamment dans le domaine du droit des sociétés et de la gestion du service Titres de Christian Dior moyennant une rémunération forfaitaire annuelle hors taxes de 45 750 euros.

*Personnes physiques ou morales concernées par cette convention :*

- Messieurs Bernard ARNAULT, Antoine BERNHEIM et Pierre GODÉ, administrateurs de Christian Dior ;
- Christian Dior S.A. : société contrôlant LVMH

### **Objet : prestations d'assistance**

Le 6 mars 2002, le Conseil d'Administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à la convention d'assistance conclue le 31 juillet 1998 avec la société Montaigne Participations et Gestion.

Cette convention porte sur des prestations de haut niveau requérant l'intervention de professionnels confirmés dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier. La rémunération de Montaigne Participations et Gestion a été fixée à 2 500 000 euros hors taxes par an à compter du 1er janvier 2002.

*Administrateurs concernés :* Messieurs Bernard ARNAULT, Jean ARNAULT, Nicolas BAZIRE, Pierre GODÉ et Lord POWELL of BAYSWATER.

## Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie pendant l'exercice

Par ailleurs, en application du Décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

### **Objet : location de bureaux**

Le montant du loyer hors taxes versé à la société Christian Dior Couture pour la location de bureaux, d'une surface de 522 m<sup>2</sup>, six Avenue Montaigne à Paris 8ème, s'est élevé à 231 461 euros, majoré des charges décomptées pour un montant hors taxes de 123 124 euros.

**Objet : répartition des frais de holding**

En application de la convention relative à la répartition des frais de holdings du groupe LVMH, en fonction du chiffre d'affaires de chacun des deux secteurs, "Vins et Spiritueux" d'une part, "Mode, Parfums, Bagages et divers" d'autre part, conclue le 20 janvier 1994 avec Guinness Plc (désormais Diageo), le montant supporté par Moët Hennessy s'est élevé à 39 516 000 euros.

**Objet : retraite complémentaire**

Le financement du régime de retraite complémentaire, via une compagnie d'assurance, 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.

**Objet : engagement de garantie**

L'encours total de la garantie à première demande par LVMH de tout engagement souscrit par LVMH KK dans le cadre du programme d'Euro Medium Term Notes (programme EMTN) s'est élevé à 114 961 009 euros.  
Le montant de la rémunération au titre de cet engagement s'est élevé en 2002 à 161 796 euros.

**Objet : engagement de garantie**

La convention relative à l'octroi d'une garantie pour les engagements pris par la société LVMH BV à l'égard du Crédit Lyonnais aux termes de la convention intitulée « Sale, Assignment and Earn Out Agreement » portant cession de la participation de LVMH BV dans le capital de Gucci, s'est poursuivie en 2002.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# RÉSOLUTIONS SOUMISES A L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

## I. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

### PREMIÈRE RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport présenté par le Conseil d'Administration, ainsi que des rapports des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2002, 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

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport présenté par le Conseil d'Administration, ainsi que des rapports des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes de la société pour l'exercice clos le 31 décembre 2002, 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

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

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 2002 de la façon suivante :

	Euros
• Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2002	23 812 894,03
Dotation à la réserve légale	(1 088,85)
Report à nouveau au 31 décembre 2002	907 569 956,51
Montant total distribuable	<b>931 381 761,69</b>
• Proposition d'affectation :	
– réserve des plus-values à long terme	Néant
– dividende statutaire de 5 %, soit EUR 0,015 par action	7 349 061,15
– report à nouveau	539 431 833,69
– dividende complémentaire de EUR 0,785 par action	384 600 866,85
	<b>931 381 761,69</b>

Le dividende net ressort ainsi à EUR 0,80 par action ouvrant droit à un avoir fiscal de EUR 0,40.

Un acompte sur dividende de EUR 0,22 par action ayant été distribué le 3 décembre 2002, le solde est de EUR 0,58 ; celui-ci sera mis en paiement le 28 mai 2003.

Au cas où lors de la mise en paiement de ce dividende 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.

L'Assemblée prend acte qu'au titre des trois précédents exercices, il a été distribué les dividendes suivants :

Exercice		Nombre d'actions composant le capital	(en euros)		
			Dividende net	Avoir fiscal	Dividende Global
2001	Acompte	489 901 115	0,22	0,11	0,33
	Solde	489 901 115	0,53	0,27	0,80
	Total		0,75	0,38	1,13
2000	Acompte	489 858 345	0,22	0,11	0,33
	Solde	489 858 345	0,53	0,27	0,80
	Total		0,75	0,38	1,13
1999 <sup>(1)</sup>	Acompte	97 957 650	1,00	0,50	1,50
	Solde	97 957 650	2,40	1,20	3,60
	Total		3,40	1,70	5,10

(1) Contre-valeur du montant versé en francs.

#### CINQUIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Antoine BERNHEIM vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2006.

#### SIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Albert FRÈRE vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2006.

#### SEPTIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Pierre GODÉ vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2006.

#### HUITIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Lord POWELL of BAYSWATER vient

à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2006.

#### NEUVIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de Monsieur Jacques FRIEDMANN en qualité d'Administrateur en remplacement de Monsieur Cornelis H. van der HOEVEN, démissionnaire et ce, pour la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des Actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2005.

#### DIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale décide de nommer Monsieur Arnaud LAGARDÈRE 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 2006.

#### ONZIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale ratifie, conformément aux dispositions de l'article 4 des statuts et de l'article L. 225-36 du Code de commerce, la décision de transfert du siège social du 30, avenue Hoche-75008 Paris au 22, avenue Montaigne-75008 Paris, prise par le Conseil d'Administration du 11 septembre 2002.

#### DOUZIÈME RÉSOLUTION

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.

Les acquisitions d'actions pourront être réalisées en vue notamment de leur conservation, de leur cession par tout moyen en ce compris une cession de blocs, de leur annulation, de leur remise à titre d'échange ou de dation en paiement, d'opérations de régularisation des cours, de l'attribution d'options prévue à l'article L. 225-179 du Code de commerce ou encore d'opérations d'actionnariat salarié.

Le nombre de titres pouvant être acquis ne pourra dépasser 10 % du capital social au 1<sup>er</sup> janvier 2003, soit 48.993.741 actions. Le prix unitaire d'achat des actions ne pourra excéder 100 euros, soit un investissement maximal théorique d'environ 4,9 milliards d'euros. Le prix unitaire de vente des actions ne pourra être inférieur à 30 euros. Les actions pourront être acquises par tous moyens y compris par achat ou vente d'options, ainsi que par acquisition de blocs ou à l'occasion d'un échange.

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, les prix d'achat et de vente indiqués ci-dessus seront ajustés par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

En vue d'assurer l'exécution de la présente autorisation, tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'Administration. Le Conseil pourra déléguer lesdits pouvoirs pour passer tous ordres de bourse, conclure tous contrats, signer tous actes, effectuer toutes déclarations, remplir toutes formalités et, d'une manière générale, faire le nécessaire.

Cette autorisation, qui se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

## II. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

### TREIZIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, 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.

L'Assemblée Générale fixe à 10 % du capital actuel de la Société le montant maximum de la réduction de capital qui pourra être réalisée, au titre de la présente autorisation, au cours d'une période de vingt-quatre mois à compter de ce jour. L'Assemblée Générale 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.

Cette autorisation, qui se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001, est donnée pour une durée de vingt-quatre mois à compter de ce jour.

### QUATORZIÈME RÉSOLUTION

1. Conformément à l'article L. 225-129 du Code de commerce, l'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, délègue au Conseil d'Administration, pour une durée de vingt-six mois à compter de ce jour, le pouvoir de procéder sur ses seules délibérations, en une ou plusieurs fois, tant en France qu'à l'étranger, soit en euro, soit en monnaies étrangères, soit en unités monétaires établies par référence à plusieurs devises

étrangères, à l'émission, avec droit préférentiel de souscription au bénéfice des actionnaires :

- d'actions ordinaires ou préférentielles, y compris par incorporation au capital de réserves, bénéfices, primes d'émission, ou tout autre élément susceptible d'être incorporé au capital, et attribution gratuite d'actions ;
- de valeurs mobilières donnant droit par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière autorisée par la loi, à l'attribution, à tout moment ou à dates fixes, de titres émis en représentation d'une quotité du capital social de la Société ;
- de bons et des titres représentant une quote-part du capital social de la Société auxquels l'exercice desdits bons donnerait droit par souscription, conversion, échange, remboursement ou toute autre manière autorisée par la loi.

L'Assemblée Générale supprime expressément le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux titres auxquels les valeurs mobilières et bons susceptibles d'être émis, en vertu de la présente autorisation, donneront droit.

2. Ces diverses émissions initiales ou secondaires, ainsi que celles visées à la 15<sup>e</sup> résolution, ne pourront avoir pour effet d'augmenter le capital social de la Société d'un montant global nominal supérieur à 30 millions d'euros, compte non tenu des ajustements susceptibles d'être opérés conformément à la loi.

Les émissions d'actions nouvelles ou de valeurs mobilières seront à libérer contre espèces ou par compensation de créance.

Les actions, les bons ou les valeurs mobilières non souscrites par les actionnaires feront l'objet d'un placement public.

3. L'Assemblée Générale donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration, avec faculté de subdéléguer ses pouvoirs à son Président et Directeur Général, pour procéder aux émissions d'actions, de bons ou de valeurs mobilières, en vertu de la présente résolution, aux époques qu'il déterminera et suivant les modalités qu'il arrêtera en conformité avec la loi, et notamment :

- fixer le prix, avec ou sans primes, des valeurs mobilières à créer, et déterminer leur nature, leurs caractéristiques, leur date de jouissance, éventuellement rétroactive, ainsi que les modalités de leur émission ;
- décider que les droits formant rompus des actionnaires, en cas d'émission d'actions par incorporation au capital de réserves, bénéfices ou primes d'émission ou autre élément susceptible d'être incorporé au capital, ne seront pas négociables et que les actions correspondantes seront

vendues, le produit net de leur vente étant alloué aux titulaires de ces droits au prorata de ces derniers,

- procéder à toutes imputations sur les primes d'émission ou d'apport ;
- procéder à toutes attributions de titres, par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière autorisée par la loi ;
- apporter aux statuts toutes modifications du montant du capital social et du nombre des actions le composant ;
- et, d'une façon générale, décider et effectuer toutes formalités, conclure tous accords et fixer toutes les conditions utiles pour aboutir à la réalisation et à la bonne fin des émissions susceptibles d'être réalisées en vertu de la présente résolution.

La présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001.

#### QUINZIÈME RÉSOLUTION

1. L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, délègue au Conseil d'Administration, pour une durée de vingt-six mois à compter de ce jour, le pouvoir de procéder sur ses seules délibérations, en une ou plusieurs fois, tant en France qu'à l'étranger, soit en euros, soit en monnaies étrangères, soit en unités monétaires établies par référence à plusieurs devises étrangères, à l'émission, avec ou sans primes, sans droit préférentiel de souscription des actionnaires, auquel l'Assemblée Générale renonce expressément :

- d'actions ordinaires,
- de valeurs mobilières donnant droit par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière autorisée par la loi, à l'attribution, à tout moment ou à dates fixes, de titres émis en représentation d'une quotité du capital social de la Société ;
- de bons et des titres représentant une quote-part du capital social de la Société auxquels l'exercice desdits bons donnerait droit par souscription, conversion, échange, remboursement ou toute autre manière autorisée par la loi.

L'Assemblée Générale supprime expressément le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux titres auxquels les valeurs mobilières et bons susceptibles d'être émis, en vertu de la présente autorisation, donneront droit.

2. Le montant nominal global des augmentations de capital résultant des diverses émissions initiales ou secondaires visées ci-dessus s'imputera sur le montant maximum de 30 millions d'euros visé à la 14<sup>e</sup> résolution.

Les émissions d'actions nouvelles ou de valeurs mobilières seront à libérer contre espèces ou par compensation de créance.

3. L'Assemblée Générale décide qu'en cas d'utilisation par le Conseil d'Administration de la présente autorisation :

- le prix d'émission des actions, bons et valeurs mobilières qui pourront être émis, devra être déterminé sur la base d'une valeur de l'action au moins égale au minimum prévu par la loi.
- si les émissions ont lieu sur le marché français, le Conseil d'Administration pourra accorder aux actionnaires la possibilité de souscrire par priorité aux actions, aux bons ou aux valeurs mobilières émis pendant les dix premiers jours au moins de leur émission.  
Ce droit de priorité, non négociable, s'exercera proportionnellement au nombre d'actions possédées par chaque actionnaire.
- les actions, bons ou valeurs mobilières non souscrits pendant ce délai de priorité feront l'objet d'un placement public.

4. L'Assemblée Générale donne au Conseil d'Administration, avec faculté de subdéléguer ses pouvoirs à son Président et Directeur Général, les mêmes pouvoirs que ceux définis à la 14<sup>e</sup> résolution pour réaliser les émissions visées par la présente résolution.

La présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2001.

#### SEIZIÈME RÉSOLUTION

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 de l'article L. 225-129, VII alinéa 1 du Code de commerce, délègue au Conseil d'Administration tous pouvoirs, en cas de mise en œuvre de l'une des délégations visées à la 14<sup>e</sup> et 15<sup>e</sup> résolutions et s'il le juge opportun, en vue 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 dans le cadre d'un plan d'épargne d'entreprise, cette augmentation venant s'imputer sur le montant global de 30 millions d'euros visé à la 14<sup>e</sup> résolution.

La présente délégation est consentie pour une durée de vingt-six mois à compter de ce jour.

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.

Le prix de souscription des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L 443-5 alinéa 3 du Code du travail.

L'Assemblée Générale 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.

L'Assemblée prend acte de ce que la présente délégation comporte, au profit des salariés visés ci-dessus, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises.

#### DIX-SEPTIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, autorise le Conseil d'Administration dans le cadre des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de membres du personnel ou dirigeants de la société et des sociétés visées à l'article L. 225-180 du Code de commerce, des options donnant droit soit à la souscription d'actions nouvelles de la société, à émettre à titre d'augmentation de capital, soit à l'achat d'actions existantes provenant de rachats effectués par la société, notamment, en vue de la régularisation des cours, le montant total des options consenties en application de la présente autorisation ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus de 3 % du capital de la société.

La présente autorisation comporte au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options et sera exécutée dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi et la réglementation en vigueur au jour de l'ouverture des options.

Le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le Conseil d'Administration au jour où l'option est consentie dans les limites autorisées par les textes en vigueur à cette date.

En tout état de cause, il ne pourra pas être inférieur à 80 % de la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant ledit jour. En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, il ne pourra pas être inférieur à 80 % du cours moyen d'achat des actions détenues par la société en vue de leur attribution dans le cadre des options d'achat d'actions.

Ce prix ne pourra être modifié sauf dans les cas prévus par la loi, à l'occasion d'opérations financières ou sur titres. Le Conseil d'Administration procédera alors, dans les conditions réglementaires, à un ajustement du nombre et du prix des actions comprises dans les options consenties pour tenir compte de l'incidence de ces opérations.

Le délai d'exercice des options devra être en conformité avec les textes en vigueur le jour de l'attribution des options et sera au maximum de dix ans.

Tous pouvoirs sont donnés au Conseil d'Administration dans les limites fixées ci-dessus pour :

- arrêter les modalités du ou des plans et fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, ces conditions pouvant comporter des clauses d'interdiction de revente immédiate de tout ou partie des actions, sans que le délai imposé pour la conservation des titres puisse excéder trois ans à compter de la levée d'option ;
- en fixer notamment l'époque ou les époques de réalisation ;
- arrêter la liste des bénéficiaires des options ;
- accomplir, soit par lui-même, soit par mandataire, tous actes et formalités à l'effet de rendre définitives la ou les augmentations de capital qui pourront être réalisées en vertu de l'autorisation faisant l'objet de la présente résolution ;
- modifier les statuts en conséquence et, généralement, faire tout ce qui sera nécessaire.

Le Conseil d'Administration informera chaque année l'Assemblée Générale Ordinaire des opérations réalisées dans le cadre de la présente résolution, en indiquant le nombre et le prix des options consenties et leurs bénéficiaires, ainsi que le nombre d'actions souscrites ou achetées.

La présente autorisation, d'une durée de trente-huit mois à compter de ce jour, se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 17 mai 2000.

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS

Mesdames, Messieurs,

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 4, 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 effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L.225-209, alinéa 4, 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 vous demande de lui déléguer, pour une période de deux ans, 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, 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.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES ET BONS

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par les articles L.228-92 et L.228-95 du Code de Commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'émission de diverses valeurs mobilières et de bons d'un montant maximum de 30 millions d'euros, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre conseil d'administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer le soin d'arrêter les modalités de cette opération.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'émission proposée, 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 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 l'émission sera réalisée.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'émission par votre conseil d'administration.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Mesdames, Messieurs,

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.225-135, 228-92 et 228-95, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'émission de valeurs mobilières réservée d'un montant maximum de 30 millions d'euros, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre conseil d'administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer le soin d'arrêter les modalités de cette opération et de renoncer à votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles 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 dont le principe entre cependant dans la logique de l'opération soumise à votre approbation.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'émission par votre conseil d'administration.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS À UN PLAN D'ÉPARGNE ENTREPRISE

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par les articles L. 225-135 et L. 225-138 du Code de Commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'augmentation de capital réservée aux salariés adhérents à un Plan d'Épargne Entreprise du Groupe LVMH – Moët Hennessy Louis Vuitton, plafonnée à 3 % du capital, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre conseil d'administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer le soin d'arrêter les modalités de cette opération et de renoncer à votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital proposée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission donnés 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'émission sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dont le principe entre cependant dans la logique de l'opération soumise à votre approbation.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'émission par votre conseil d'administration.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'OUVERTURE D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DES MEMBRES DU PERSONNEL

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-177 du Code de Commerce et par l'article 174-19 du décret du 23 mars 1967, nous avons établi le présent rapport sur l'ouverture d'options de souscription ou d'achat d'actions au bénéfice de membres du personnel ou dirigeants de la société et des sociétés visées à l'article L.225-180 du Code de Commerce.

Il appartient au conseil d'administration d'établir un rapport sur les motifs de l'ouverture des options de souscription ou d'achat d'actions ainsi que sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat. Il nous appartient de donner notre avis sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier que les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat, sont mentionnées dans le rapport du conseil d'administration, qu'elles sont conformes aux dispositions prévues par les textes, de nature à éclairer les actionnaires et qu'elles n'apparaissent pas manifestement inappropriées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités proposées.

Paris, le 10 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# ATTESTATION DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes du groupe LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton et en application du règlement COB 98-01, nous avons procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes historiques données dans le présent document de référence.

Ce document de référence a été établi sous la responsabilité de Monsieur Pierre GODÉ, par délégation de Monsieur Bernard ARNAULT, Président et Directeur Général. Il nous appartient d'émettre un avis sur la sincérité des informations qu'il contient portant sur la situation financière et les comptes.

Nos diligences ont consisté, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à apprécier la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, à vérifier leur concordance avec les comptes ayant fait l'objet d'un rapport. Elles ont également consisté à lire les autres informations contenues dans le document de référence, afin d'identifier le cas échéant les incohérences significatives avec les informations portant sur la situation financière et les comptes, et de signaler les informations manifestement erronées que nous aurions relevées sur la base de notre connaissance générale de la société acquise dans le cadre de notre mission. Ce document de référence ne contenant pas de données prévisionnelles isolées résultant d'un processus d'élaboration structuré, notre lecture n'a pas eu à prendre en compte les hypothèses retenues par les dirigeants et leur traduction chiffrée.

Les comptes annuels et les comptes consolidés pour les exercices clos les 31 décembre 2000, 31 décembre 2001 et 31 décembre 2002 arrêtés par le Conseil d'administration selon les principes comptables français, ont fait l'objet d'un audit par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France, et ont été certifiés sans réserve ni observation.

Sur la base de ces diligences, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, présentées dans ce document de référence.

Paris, le 29 avril 2003  
Les Commissaires aux Comptes  
Membres de la Compagnie Régionale de Paris

COGERCO-FLIPO  
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET et François HILLY

# ATTESTATION DE LA SOCIÉTÉ SUR LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET RESPONSABLE DE LA POLITIQUE D'INFORMATION

## 1. PERSONNE AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ ASSUMANT LA RESPONSABILITÉ DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE :

Monsieur Pierre GODÉ, Administrateur, Membre du Comité Exécutif et Conseiller du Président, par délégation du Président et Directeur Général, Monsieur Bernard ARNAULT.

### ATTESTATION

« A ma connaissance, les données du présent document de référence sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de la société ; elles ne comprennent pas d'omissions de nature à en altérer la portée. »

Paris, le 29 avril 2003

Par délégation du Président et Directeur Général

Pierre GODÉ

## 2. RESPONSABLE DE LA POLITIQUE D'INFORMATION

Patrick HOUËL  
Directeur Financier

Tel : 33-1 44 13 22 22  
Fax : 33-1 44 13 22 23

# TABLE DE CONCORDANCE<sup>(1)</sup>

Sections	Rubriques	Pages
1.1	Noms et fonctions des responsables du document	184
1.2	Attestation des responsables	184
1.3	Noms et adresses des contrôleurs légaux	119
	Certificat des contrôleurs légaux	183
1.4	Politique d'information	184
3.1	Renseignements de caractère général concernant l'émetteur	136
3.2	Renseignements de caractère général concernant le capital	136
3.3	Répartition du capital et des droits de vote	140
3.4	Marché des titres de l'émetteur	57
3.5	Dividendes	58
4.1.0	Historique et organigramme	5, 6
4.1.1 et 2	Principales activités	8
4.1.3	Ventilation du chiffre d'affaires	8, 31, 90, 91
4.1.4	Principaux établissements	53
4.1.6	Evénements exceptionnels	55
4.2	Dépendance par rapport à certains actifs	8
4.3	Faits exceptionnels et litiges	55
4.4	Effectifs	46
4.5.0	Recherche	21
4.5.1 à 3	Investissements	45
4.7	Risques de l'émetteur	39
5.1	Comptes de l'émetteur	61, 152
5.4	Liste des sociétés consolidées	102
6.1	Composition et fonctionnement des organes de direction et d'administration	111, 120
6.2	Intérêts des dirigeants dans le capital	140
6.3	Mention des schémas d'intéressement du personnel	47
7.1	Evolutions récentes	56
7.2	Perspectives d'avenir	56

(1) En application du règlement 98-01 de la Commission des Opérations de Bourse.



Le présent document qui constitue un document de référence, a été déposé auprès de la Commission des Opérations de Bourse le 9 mai 2003, conformément au règlement n° 98-01 / n° 95-01. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par la Commission des Opérations de Bourse.

