

LVMH

---

MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

EXERCICE 2003  
DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

# SOMMAIRE

## Le Groupe LVMH

	PAGE
Historique	5
Organigramme simplifié	6
Les activités du Groupe	8
– Vins et Spiritueux	8
– Mode et Maroquinerie	15
– Parfums et Cosmétiques	19
– Montres et Joaillerie	24
– Distribution sélective	27
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	40
– Éléments de politique financière	43
– Investissements opérationnels	47
– Données sociales	48
– Conséquences de l'activité sur l'environnement	52
– Principaux établissements et propriétés foncières	58
– Faits exceptionnels et litiges	60
– Événements postérieurs à la clôture	61
– Mise en œuvre des normes IFRS	61
– Évolutions récentes et perspectives	63
Rapport du Président du Conseil d'Administration	64
Rapport des Commissaires aux Comptes sur le rapport du Président du Conseil d'Administration	70
Bourse	71
Comptes consolidés du Groupe LVMH	75
– Chiffres clés	76
– États financiers consolidés	77
– Annexe aux états financiers consolidés	83
– Liste des sociétés consolidées	122
Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés	127

## La société

### LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA

	PAGE
Organes de direction et de contrôle	131
Gouvernement d'entreprise	140
– Charte du Conseil d'Administration	141
– Règlement intérieur du Comité d'Audit de la Performance	143
– Règlement intérieur du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations	144
– Statuts	145
Renseignements de caractère général concernant la société et son capital	155
Rapport du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale	162
– Commentaires sur les comptes de la société mère LVMH	162
– Affectation du résultat	163
– Actionnariat – capital social – plans d'options	164
– Autorisations à caractère financier	167
– Questions administratives	168
Comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton	169
Rapports général et spécial des Commissaires aux Comptes	189
Résolutions soumises à l'approbation de l'Assemblée Générale	192
Rapport des Commissaires aux Comptes sur la réduction de capital par annulations d'actions	196
Attestations de la société et des Commissaires aux Comptes sur le document de référence et responsable de la politique d'information	197
Table de concordance	199



## 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.

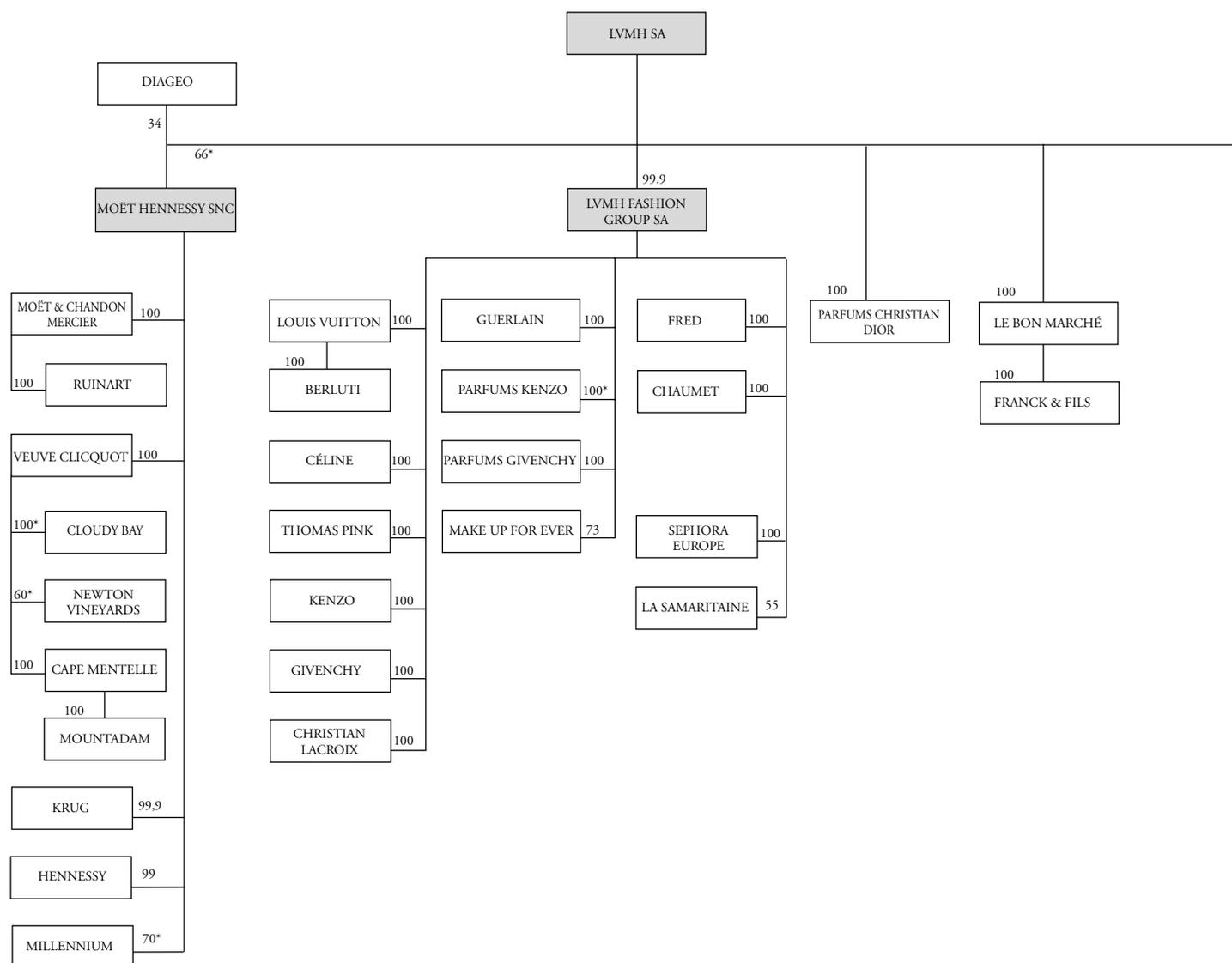
## Du XVIème siècle à nos jours

---

<b>XVIème siècle</b>	1593	Château d'Yquem
<b>XVIIIème siècle</b>	1729	Ruinart
	1743	Moët & Chandon
	1765	Hennessy
	1772	Veuve Clicquot
<b>XIXème siècle</b>	1780	Chaumet
	1828	Guerlain
	1843	Krug
	1846	Loewe
	1852	Le Bon Marché
	1854	Louis Vuitton
	1858	Mercier
<b>XXème siècle</b>	1860	TAG Heuer
	1865	Zénith
	1870	La Samaritaine
	1895	Berluti
	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	
1997	Chandon Estates	
<b>XXIème siècle</b>	2001	De Beers LV

---

# ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2004

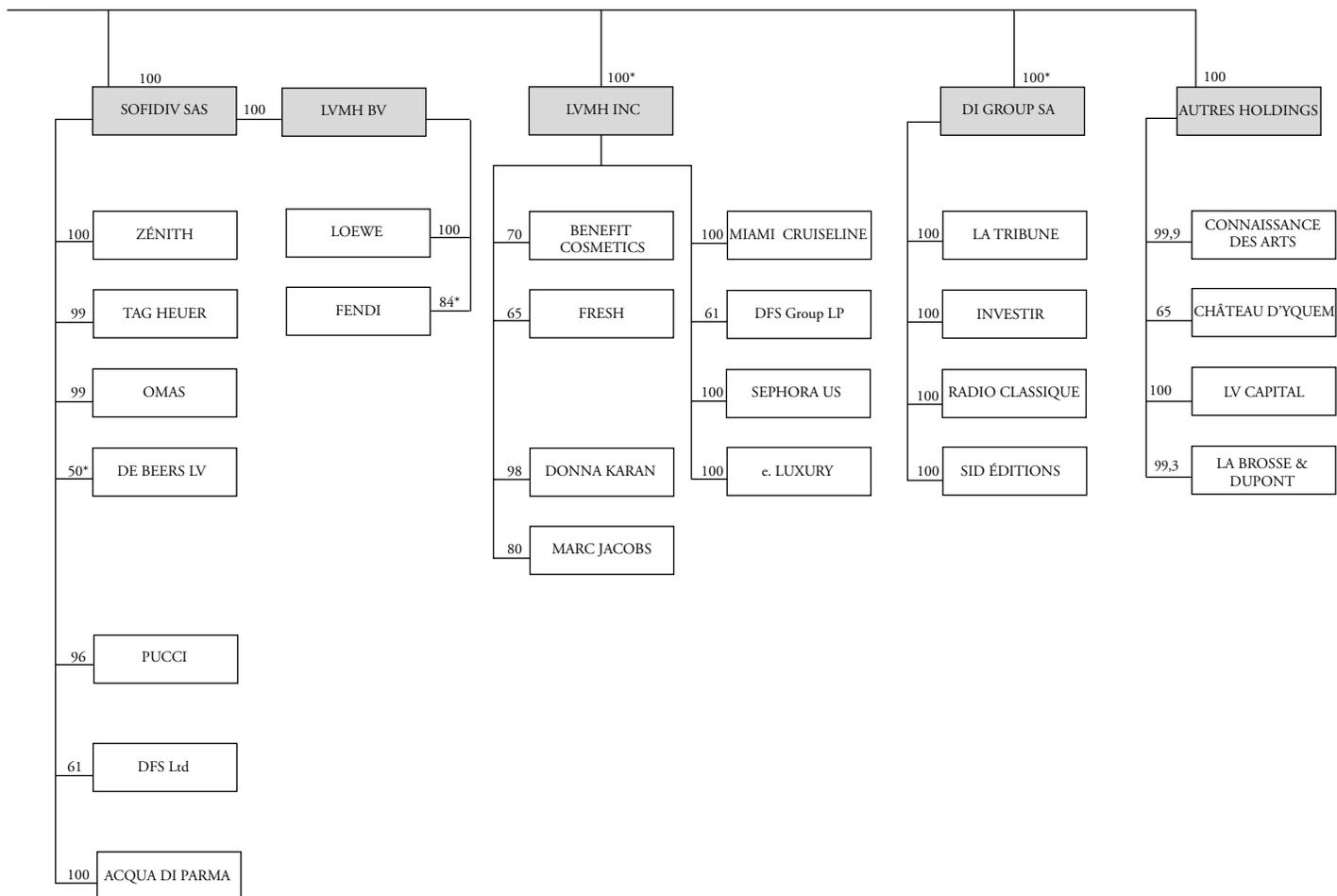


Sociétés opérationnelles

Sociétés holding

\*Détention 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 2003, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a réalisé un chiffre d'affaires 2 116 millions d'euros, soit 18 % du chiffre d'affaires du groupe LVMH.

### Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :

	2003	2002	2001
France	11	12	11
Europe (hors France)	27	26	24
Amériques	37	38	38
Japon	10	10	12
Asie (hors Japon)	12	12	11
Autres marchés	3	2	4
<b>Total en %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>2 116</b>	<b>2 266</b>	<b>2 232</b>

### 1.1. Champagne et Vins

En 2003, le chiffre d'affaires de l'activité Champagne et Vins s'est élevé à 1 336 millions d'euros (dont 92 % 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 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 Canard-Duchêne a été cédée en 2003. La marque Chandon (créée en 1973 en Californie) regroupe les vins de Moët Hennessy élaborés en Californie, en Argentine et en Australie par Chandon Estates. Les actifs que détenait Chandon Estates en Espagne ont été cédés en juillet 2003.

Le Groupe possède également un ensemble de vins prestigieux du Nouveau Monde : **Cape Mentelle** et **Cloudy Bay** développés respectivement en Australie et Nouvelle-Zélande, ainsi que **Newton** en Californie et **Mount Adam** 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 188 hectares implanté sur une mosaïque de sols exceptionnels et aux soins minutieux apportés à son élaboration tout au long de l'année.

(en millions de bouteilles)	2003	2002	2001
Ventes de champagne en volume	52,6	53,6	49,8

(en millions de bouteilles)	2003	2002	2001
Ventes de vins en volume	30,1	27,0	25,3

### 1.12. Parts de marché en champagne

LVMH est leader mondial du champagne, premier producteur et premier exportateur de la région, dont il représente 17,3 % du total des expéditions. Le deuxième producteur, Marne et Champagne, représente 38 % 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 :

	2003			2002			2001		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
Allemagne	12,1	3,2	26,2	11,4	3,5	30,9	12,8	4,0	31,5
Grande-Bretagne	34,5	7,3	21,3	31,7	6,6	20,8	25,1	5,2	21,0
États-Unis	19,0	10,6	55,9	18,2	11,2	61,2	13,7	8,5	62,0
Italie	8,5	4,3	50,9	8,0	4,3	53,8	7,0	4,1	58,0
France	174,0	11,7	6,7	174,9	13,0	7,4	164,4	13,2	8,0

(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 :

	2003	2002	2001
France	23	25	26
Allemagne	6	7	8
Grande-Bretagne	14	12	10
États-Unis	21	21	17
Italie	8	8	8
Suisse	3	3	4
Japon	5	4	4
Autres	20	20	23
<b>Total en %</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 2003, 31 200 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 des 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 2003, ces stocks représentaient environ 210 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 4,1 années de vente.

### 1.14. Sources d'approvisionnement en raisins

Le Groupe possède 1 496 hectares en production, qui fournissent environ 25 % des besoins annuels ; en 2003, du fait de la faible vendange, ce ratio est légèrement inférieur. 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 ; cependant, cet accord n'a pas empêché

l'apparition de primes spécifiques. Le prix de base du raisin à la vendange 2003 a été fixé à 4,25 euros (contre 4,10 euros pour la vendange 2002 et 4,00 euros pour la vendange 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 2003 à environ 30 % 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 2003, le chiffre d'affaires de l'activité Cognac et Spiritueux s'est élevé à 780 millions d'euros, soit 7 % du chiffre d'affaires total de LVMH.

### 1.21. Hennessy

LVMH dispose de fortes positions dans le secteur du cognac avec la marque Hennessy. Fondée en 1765, Hennessy dispose d'une gamme étendue et se situe au premier rang des maisons de cognac. La maison Hine, précédemment détenue par LVMH, a été cédée en 2003.

(en millions de bouteilles)	2003	2002	2001
Ventes de cognac en volume	45,3	42,4	40,1

### 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 39,4 % des expéditions hors vrac en 2003, en progression de 1,7 point sur 2002 (hors Hine cédé en 2003). Ses positions sont particulièrement fortes aux États-Unis et en Asie.

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

	2003			2002			2001		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
États-Unis	48,6	27,0	55,5	44,1	22,5	51,0	40,1	20,9	52,1
Asie (hors Japon)	18,0	7,9	43,7	16,4	7,2	44,1	15,2	6,9	45,1
Japon	4,0	2,3	58,3	4,6	2,7	58,8	5,3	3,3	61,8
Allemagne	4,0	1,0	24,3	4,4	1,2	27,0	4,5	1,0	22,2
France	4,8	0,3	7,2	6,4	0,4	6,3	5,3	0,4	6,6

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

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

	2003	2002	2001
États-Unis	57	53	53
Japon	5	6	7
Asie (hors Japon)	17	17	17
France	1	1	1
Europe (hors France)	16	19	18
Autres export	4	4	4
<b>Total en %</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 meilleurs eaux-de-vie. En 2003, 72 700 hectares étaient en production, en diminution de 1,5 % par rapport à 2002.

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 depuis 2000, après l'arrachage de 60 hectares de vignes en 1999, ceci dans le cadre du plan interprofessionnel mis en place en 1998 ; ce plan 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 la demande. En 2003, le prix du vin a augmenté de 3 % sur une base de prix Fins Bois, par rapport aux trois années précédentes qui étaient restées stables.

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 2003 comme 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 2003, 40 % des ventes de champagne et 60 % 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 États-Unis. Ce réseau commun répond à l'objectif de renforcer les positions des deux groupes, de mieux contrôler leur distribution, d'améliorer le service rendu à leur clientèle et d'accroître leur rentabilité par un partage des coûts de distribution.

Ce réseau de distribution couvre actuellement la région Asie-Pacifique, les États-Unis, et la France.

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

### 1.4. Faits marquants de l'exercice 2003

Le groupe d'activités a poursuivi sa stratégie de croissance en valeur ; une politique de prix soutenus et des investissements en communication et marketing renforcés pour les marques phares dans les marchés prioritaires ont permis de conforter ses parts de marché sur les segments haut de gamme.

Le réseau international de distribution de Moët Hennessy, dont la puissance et l'efficacité constituent un avantage concurrentiel majeur, a de nouveau été renforcé. Deux nouvelles filiales de distribution ont été établies en Belgique et en Australie. Aux États-Unis, la mise en place de forces de vente exclusivement dédiées aux marques de LVMH auprès de distributeurs uniques dans les principaux États s'est déroulée dans d'excellentes conditions, en partenariat avec Diageo.

En 2004, le groupe d'activités Vins & Spiritueux poursuivra sa stratégie de création de valeur afin de conforter son leadership mondial des vins et spiritueux de prestige.

#### 1.41. Champagne et Vins

Les caprices climatiques de l'année 2003 auront contribué à produire en champagne des vendanges particulièrement atypiques, mais inespérées en qualité. La majorité des vigneron, ainsi que les principales maisons de champagne de LVMH, ont rentré une faible récolte, mais de grande qualité, dont le volume est inférieur au rendement officiel de l'appellation.

Les stocks de la réserve qualitative provenant de récoltes antérieures permettront de compenser le déficit de la récolte 2003, évitant ainsi à la Champagne une crise de production et démontrant par ailleurs le bien-fondé des mécanismes de régulation mis en place depuis une vingtaine d'années.

Avec cette vendange 2003 se termine le contrat interprofessionnel entre vigneron et maisons de champagne d'une durée de quatre ans. L'année 2004 sera donc particulièrement importante et les maisons de champagne de Moët Hennessy s'attacheront à obtenir le renouvellement de leurs contrats d'approvisionnements en raisins dans les meilleures conditions.

##### **Moët & Chandon**

La marque Moët & Chandon a consolidé en 2003 sa position de leader mondial du champagne. Elle a rencontré de francs succès commerciaux et d'image dans des marchés en fort développement, tels que le Royaume-Uni et le Japon, et a poursuivi dans tous les pays sa stratégie de création de valeur accompagnée par des augmentations de prix de vente significatives.

Cette dynamique est également remarquable sur les qualités premium. Moët & Chandon *Brut Impérial Rosé* a connu dans tous les pays de très fortes croissances et a contribué à insuffler une image moderne à la marque, relayée en France sur ses lieux de consommation par une campagne d'affichage. De nouvelles actions sur les Millésimes et sur *Nectar Impérial*, notamment aux États-Unis, ont également contribué à ces bonnes performances du segment premium.

L'engagement de Moët & Chandon en septembre 2003 pour organiser la Moët Cup dans la baie de San Francisco entre les deux finalistes de la dernière Louis Vuitton Cup, Alinghi et Oracle, a apporté une visibilité très forte aux États-Unis. L'implication de la marque dans l'univers de la mode s'est également poursuivie avec des événements « Maison Moët » à Tokyo et des actions ciblées auprès des leaders d'opinion comme le « Moët Fashion Tribute » à Londres et les « Young Designers Debuts » dédié aux jeunes stylistes à Berlin.

##### **Dom Pérignon**

En 2003, Dom Pérignon a poursuivi son déploiement autour des valeurs de luxe, d'excellence et d'authenticité dans les principaux marchés. La marque a consolidé sa stratégie de

création de valeur pour les Dom Pérignon Blanc, et Dom Pérignon Rosé et autour des millésimes rares de la collection *Oenothèque*.

Dom Pérignon a confirmé son engagement auprès de son réseau mondial de dépositaires – hôtels, restaurants, cavistes –, renforçant ainsi le soutien des prescripteurs et ambassadeurs de la marque dans tous les pays. Les meilleures performances ont été réalisées en Grande-Bretagne et au Japon.

Des opérations de relations publiques soigneusement ciblées ont également permis d'accroître le rayonnement de Dom Pérignon : lancement du Dom Pérignon *Rosé* en Angleterre autour d'une collection spécifique de bijoux roses, événements exclusifs et inédits au Japon, tels que l'« Atelier Dom Pérignon », associant des créateurs de différents univers autour du Chef de cave de Dom Pérignon.

##### **Mercier**

Mercier, première marque en France, référence des moments de convivialité associés au champagne, a poursuivi son développement dans le circuit de la restauration traditionnelle grâce à son programme « Les Lieux de Toujours » mis en œuvre avec une sélection d'établissements partenaires.

Les caves Mercier, premier circuit de visites de la Champagne, ont attiré 133 000 visiteurs en 2003.

##### **Ruinart**

La plus ancienne maison de Champagne, fondée en 1729, a poursuivi sa croissance en réalisant des records historiques sur le marché français. Elle a aussi renforcé sa position sur ses principaux marchés internationaux, notamment en Italie, au Royaume Uni, et en Allemagne, où elle a connu des croissances à deux chiffres.

Cette progression est d'autant plus remarquable que Ruinart poursuit sa stratégie de création de valeur en développant en priorité ses qualités premium, en particulier ses nouvelles cuvées Ruinart *Blanc de Blancs* et Ruinart *Rosé*. La croissance du segment premium s'est ainsi élevée respectivement à 22 % en France et à 36 % à l'international. Un nouveau flaconnage est venu compléter la gamme Ruinart *Rosé*.

La qualité des vins de Ruinart a été une nouvelle fois reconnue par les professionnels avec une mention exceptionnelle lors du dernier International Wine Challenge de Londres en mai 2003. Quatre médailles d'or ont été décernées aux cuvées de la Maison et son Chef de Cave a été élu « Meilleur oenologue vins effervescents » de l'année 2003 par un panel international de journalistes et de professionnels du monde du vin.

##### **Veuve Clicquot**

En 2003, Veuve Clicquot a confirmé son remarquable dynamisme et a réalisé une nouvelle année record avec une forte croissance aux États-Unis, au Royaume-Uni et Japon. La marque a consolidé ses positions dans tous ses marchés clés.

*Carte Jaune*, son célèbre porte emblème, et les produits à plus haute valeur ajoutée, comme les Millésimes et la cuvée de prestige *La Grande Dame*, enregistrent des taux de croissance qui permettent à Veuve Clicquot de poursuivre avec succès la politique de valorisation de son portefeuille.

Les investissements marketing ont été renforcés dans le cadre de la politique de communication de la marque qui donne priorité à l'innovation : la *Clicquot Ice Box* 2003, l'extension internationale de la *Clicquot Paint Box*, les animations Halloween, le Prix International de la Femme d'Affaires... Une nouvelle campagne de publicité mondiale, élégante et audacieuse, s'appuyant sur la véritable signature de Madame Clicquot a été développée pour *Carte Jaune*. Le lancement du Millésime 1996 a été salué par la presse spécialisée et les clients, soulignant l'excellente qualité du vin et son exceptionnel potentiel de garde. Enfin, un plan complet de relance a été mis en place pour *La Grande Dame*, qui a donné naissance à un nouvel habillage, encore plus élégant, et à un nouvel étui-cadeau, salué par le réseau et par la presse.

La fusion des réseaux de vente au sein de Moët Hennessy s'est poursuivie en Australie, en Hollande et au Mexique. En 2004, suivront l'Italie et le Royaume-Uni.

### **Krug**

En concentrant son développement sur les grands marchés stratégiques, Krug a dépassé ses objectifs 2003. De très fortes progressions ont été réalisées au Japon, en Grande-Bretagne et aux États-Unis, ainsi qu'en Asie du Sud Est.

L'année 2004 verra la poursuite de cette politique de croissance en valeur, soutenue par de fortes initiatives dans le domaine des produits et par un renforcement des actions marketing et communication.

### **Chandon Estates**

Chandon Estates a enregistré une très forte croissance de sa rentabilité en 2003. Cette performance s'explique par une augmentation générale des volumes et par les gains de productivité qui ont entraîné une forte amélioration du chiffre d'affaires et du résultat opérationnel.

La mise en place de la stratégie des vins tranquilles et pétillants de Chandon Estates, largement orientée vers les marques phares et les marchés clés, a donné de bons résultats.

La gamme de vins tranquilles *Terrazas de los Andes* issus d'Argentine a réalisé de très bonnes performances avec une croissance soutenue des volumes de vente. La marque *Chandon* s'est bien développée sur des marchés clés, tels que l'Argentine, les États-Unis, l'Australie et le Brésil.

### **Les Grands Crus du nouveau monde**

La Nouvelle-Zélande a connu de fortes gelées en novembre 2002, compromettant 40 % de la vendange de la Malborough

Valley, privant ainsi **Cloudy Bay** du bénéfice de la production de nouveaux vignobles arrivés à maturité. La qualité des vins a néanmoins été très bonne, favorisée par la nouvelle installation de pressurage mise en place pour la vendange 2003. Les volumes disponibles de ce vin prestigieux ont été répartis entre les clients du monde et ont permis de stabiliser les ventes par rapport à 2002.

**Cape Mentelle** a confirmé son rayonnement international, en qualité de grande marque de la Margaret River et a renforcé son succès aux États-Unis, au Japon et en Asie

**Newton**, vignoble de Californie, a connu une année difficile dans cette région soumise à une pression à la baisse sur les prix, mais des résultats très encourageants sur le reste du territoire américain.

**MountAdam**, vin australien de la Barossa Valley, poursuit son plan d'intégration, avec une gamme redéfinie pour correspondre aux attentes des consommateurs sur son marché intérieur et au Japon, pays où sa stratégie de développement est concentrée.

### **Château d'Yquem**

En 2003, Château d'Yquem a mis en vente le millésime 1998, un vin remarquable pour sa finesse et son élégance.

Parallèlement, les actions de communication ont été renforcées afin d'étendre l'exceptionnelle notoriété internationale de la marque et de développer des idées de consommation en s'inspirant des gastronomes des siècles passés.

Commencées le 17 septembre pour s'achever le 26 septembre, les vendanges 2003 ont été précoces et rapides à Yquem. Ces vendanges atypiques demeureront longtemps comme une exception, fruit d'un été hors norme et d'un botrytis total. Elles laissent augurer un très grand millésime.

## **1.42. Cognac et Spiritueux**

La distillation d'eaux de vie de la récolte 2003, stable par rapport à la récolte précédente, se situe en deçà des sorties actuelles de la région de Cognac. Le stock régional de cognac est en diminution mais structurellement ne correspond toujours pas aux besoins. Les stocks d'Hennessy sont quant à eux bien adaptés à la répartition de ses ventes en termes de qualités de cognac.

Le vignoble de la région délimitée – avec environ 75 000 hectares plantés – demeure trop important, par rapport aux sorties actuelles de la région, pour apporter un revenu suffisant par hectare aux viticulteurs. Toutefois, l'interprofession a décidé d'élever la quantité normalement vinifiée, qui est passée pour la récolte 2003 de 6 à 7 d'alcool pur par hectare. La restructuration du vignoble charentais doit se poursuivre dans les années à venir dans l'objectif de ramener sa superficie à un niveau d'équilibre.

## ***Hennessy***

Avec une croissance de 5 % de ses ventes en volume en 2003, Hennessy a consolidé sa position incontestée de leader mondial du cognac.

Les succès commerciaux remportés aux États-Unis et en Asie, la relance de la marque au Japon et en Europe, de bonnes performances industrielles et opérationnelles ont permis à Hennessy d'améliorer à nouveau sa marge opérationnelle et sa rentabilité dans un environnement économique rendu difficile par l'évolution des devises.

Aux États-Unis, les ventes de *V.S* ont poursuivi leur progression grâce à la forte notoriété de la marque auprès de la communauté afro-américaine. Les ventes de *V.S.O.P* ont connu une progression encore plus rapide – supérieure à 10 % – due à la politique de valorisation de la marque lancée il y a quelques années. La puissance de son réseau de distribution et la forte présence publicitaire d'Hennessy ont été un élément décisif dans cette croissance qui a permis à la marque de renforcer sa position de leader.

Grâce à sa forte image de marque et à la pertinence de ses choix stratégiques, la position des cognacs Hennessy – une fois l'épidémie de SRAS enrayée – s'est rapidement trouvée renforcée en Asie.

Hennessy a notamment consolidé la notoriété et l'image de son *X.O* qui est devenu la référence régionale des marques haut de gamme. Le *V.S.O.P Privilège* s'impose quant à lui comme le spiritueux contemporain le plus désirable et a fourni à la marque une augmentation notable de sa part de marché.

La gamme Prestige, composée de *Private Reserve*, *Paradis Extra* et *Richard Hennessy*, soutenue par des investissements publi-promotionnels importants, a permis de renforcer la position d'Hennessy sur ce segment profitable.

Au Japon, dans un marché globalement en baisse, de nouvelles initiatives majeures autour du *V.S.O.P Privilège* et du *X.O* ont été lancées au cours de l'année 2003. Hennessy a continué de dominer le segment premium.

En Chine, Hennessy a pleinement exploité son nouveau modèle de distribution et a su consolider sa position de leader sur ce marché prometteur en fort développement. L'ensemble de sa gamme, et notamment le *X.O*, a profité de ce dynamisme.

Taiwan a été l'une des grandes satisfactions de l'année 2003. Le *V.S.O.P Privilège* et le *X.O* ont connu une croissance notable de leurs ventes.

En Russie et en CEI, après une année 2002 exceptionnelle, Hennessy a de nouveau réalisé une forte croissance en 2003. Celle-ci est à mettre à l'actif de l'amélioration de son réseau de distribution et du haut niveau de visibilité de la marque, grâce à des investissements publi-promotionnels importants. En Irlande, son bastion historique, Hennessy a maintenu son

exceptionnelle part de marché du *V.S* (plus de 85 %) malgré le recul général des ventes suite à la hausse de 40 % des accises sur les spiritueux.

Grâce à l'excellence de son réseau de distribution, Hennessy poursuivra en 2004 sa stratégie de valeur et maintiendra un haut niveau d'investissements publi-promotionnels afin de renforcer sa position de leader premium. La création d'*Ellipse*, un nouveau cognac prestigieux né du mariage de sept eaux-de-vie exceptionnelles, contribuera à renforcer l'image d'excellence d'Hennessy auprès des amateurs de cognac rare.

## ***Belvedere et Chopin***

Faisant suite à l'acquisition en 2002 de 40 % de Millennium LLC, producteur et distributeur des vodkas Belvedere et Chopin en Amérique du Nord, et de la distillerie Polmos Zyrardow en Pologne, des investissements ont été déployés afin de soutenir la croissance des marques Belvedere et Chopin. Millennium a ainsi renforcé ses positions aux États Unis avec plus de 500 000 caisses de vodkas Belvedere et Chopin distribuées, soit une croissance de 20 % en volume. La nouvelle campagne publicitaire créée pour Belvedere a été particulièrement remarquée et le lancement très attendu des vodkas parfumées Belvedere ouvre de très bonnes perspectives de croissance en 2004 sur un marché qui confirme sa forte dynamique.

Grâce au réseau de distribution Moët Hennessy, les deux marques de vodkas de luxe sont désormais distribuées dans plus de 30 pays.

## II. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Celine, Kenzo, Marc Jacobs, les Maisons de couture Givenchy et Christian Lacroix, Thomas Pink, Pucci, Berluti et Stefanobi composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de marques nées en Europe et aux États-Unis emploie près de 17 000 personnes, dispose de 20 ateliers et de 828 magasins dans le monde. L'activité du site Internet e-luxury.com est également consolidée au sein du groupe Mode et Maroquinerie. 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 2003, le groupe d'activités Mode et Maroquinerie a réalisé un chiffre d'affaires de 4 149 millions d'euros, soit 35 % du chiffre d'affaires de LVMH.

### Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :

	2003	2002	2001
France	9	10	11
Europe (hors France)	17	16	14
Amériques	23	24	19
Japon	34	33	36
Asie (hors Japon)	15	15	18
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>4 149</b>	<b>4 207</b>	<b>3 612</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 Épi, 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.

**Celine**, 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.

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

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

**Kenzo** a connu un succès rapide dans le monde de la mode depuis sa création en 1970 et a rejoint le groupe 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** (fondée 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 Mode et Maroquinerie

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 de la maroquinerie devant Hermès et Gucci. Aux États-Unis, Louis Vuitton est second derrière Coach (source : comptes locaux).

## 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 Celine en 1997. Le jeune créateur Julien MacDonald était en 2003 le directeur artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy. Les contrats de ces deux derniers créateurs expirent en 2004. Oswald Boateng a rejoint Givenchy en qualité de directeur de la création pour Givenchy Homme en décembre 2003. José Enrique Ona Selfa a présenté sa première collection de prêt-à-porter féminin pour Loewe en mars 2002. Antonio Marras est le nouveau directeur artistique des collections Kenzo Femme. 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 doivent 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 828 magasins au 31 décembre 2003, dont 317 pour Louis Vuitton.

### Nombre de magasins Mode et Maroquinerie

	2003	2002	2001
	828	793	765

## 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 Malletier, dix en France, deux en Espagne et un aux États-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 sa production.

L'optimisation des capacités industrielles de Louis Vuitton s'est poursuivie en 2003.

Fendi et Loewe disposent également d'ateliers de maroquinerie, qui ne couvrent qu'une part de leurs besoins de production. De façon générale, la sous-traitance à laquelle a recours le groupe d'activités est diversifiée en termes de nombre de sous-traitants, et située pour une large part dans le pays d'origine de la marque, France, Italie et Espagne, à l'exception de Donna Karan et Marc Jacobs dont la majorité des sous-traitants se trouvent en Asie.

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance industrielle représente en 2003 un montant de 500 millions d'euros soit 40 % du coût des ventes.

Louis Vuitton Malletier dépend de fournisseurs extérieurs pour la majorité des cuirs et matières utilisées dans la fabrication de ses produits. Bien qu'une partie significative des matières premières soit achetée auprès d'un nombre assez faible de fournisseurs, Louis Vuitton considère que ces fournitures pourraient le cas échéant être obtenues auprès d'autres sources. En 2003, des équilibrages ont d'ailleurs permis de limiter la dépendance vis-à-vis des fournisseurs. Après une diversification lancée en 1998 vers la Norvège et l'Espagne, le portefeuille des fournisseurs s'est élargi à l'Italie en 2000.

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

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

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

## 2.6. Faits marquants de l'exercice 2003

Dans le contexte économique et monétaire qui a caractérisé l'année 2003, les marques du groupe Mode et Maroquinerie ont fait preuve d'une vitalité et d'une réactivité exceptionnelles qui leur ont permis de gagner des parts de marché dans leur univers concurrentiel.

Louis Vuitton, marque phare du groupe d'activités, continue de creuser l'écart avec ses concurrents.

Les marques dont le développement est moins avancé progressent dans leur travail de repositionnement stratégique et, pour plusieurs d'entre elles, ont enregistré en 2003 des croissances remarquables qui confirment leur potentiel.

### *Louis Vuitton*

La très forte demande de ses clientèles locales tout au long de l'année a permis à Louis Vuitton de réaliser une croissance organique à deux chiffres, de battre ses records de vente en décembre 2003 et d'augmenter, une nouvelle fois, son résultat opérationnel malgré les effets de change négatifs. La croissance s'est révélée particulièrement remarquable aux États-Unis et en Chine. Les performances accomplies en 2003 ont ainsi permis à la première marque de luxe mondiale d'augmenter encore son avance sur le marché.

La forte dynamique d'innovation de Louis Vuitton a constitué l'un des moteurs essentiels de sa croissance comme en témoignent particulièrement l'immense succès rencontré par les lignes de maroquinerie *Cherry Blossom*, *Multico* et *Eye Love Monogram*, nées de l'association créative de Marc Jacobs avec l'artiste japonais Takashi Murakami, le lancement de la ligne *Suhali*, taillée dans un cuir de chèvre rare et précieux, et la création du *Cuir Épi* souple.

Ont également contribué aux performances de la marque le développement de sa présence média, avec deux fortes campagnes de communication mettant en scène Eva Herzigowa au printemps et Jennifer Lopez à l'automne, ainsi que l'expansion du réseau de distribution avec 18 nouveaux magasins dans le monde. Louis Vuitton s'est notamment implanté pour la première fois en Inde, à New Delhi, a ouvert deux nouveaux magasins en Chine (Shenzhen Citic et Guangzhou La Perla) et un magasin d'un format inédit dans le quartier de Roppongi Hills, haut lieu de la vie nocturne à Tokyo. Louis Vuitton dispose de 317 magasins au 31 décembre 2003.

En fin d'année 2003, la fermeture pour agrandissement du magasin des Champs Élysées à Paris a donné lieu à la mise en place d'une palissade extrêmement spectaculaire qui habille la façade de deux malles monumentales en toile Monogram.

Pour accompagner la croissance des ventes, Louis Vuitton a achevé la mise en route de ses sites de Condé et Ducey, portant ainsi à 13 le nombre de ses ateliers de production.

En 2004, Louis Vuitton accentuera sa politique d'innovation avec notamment la naissance d'une ligne masculine de bagages *Damier Géant* déclinée en deux couleurs, terre et sable, le lancement des sacs *Theda* et *Leonor* dévoilés lors du défilé de la

collection prêt-à-porter printemps-été 2004, le développement des montres et le lancement d'une ligne complète de joaillerie.

Comme en 2003, l'activité de Louis Vuitton sera soutenue par d'importants investissements média. S'y ajouteront tout au long de l'année les actions de communication qui marqueront le 150<sup>ème</sup> anniversaire de la Maison, occasion de réaffirmer son enracinement dans la tradition et l'innovation et son savoir-faire exceptionnel. Un premier événement majeur, très médiatisé, s'est ainsi déroulé en février lors de l'inauguration, à New York sur la 5<sup>ème</sup> avenue, du plus grand magasin au monde de Louis Vuitton.

La marque poursuivra le développement de son réseau de distribution en ouvrant des magasins à Shanghai, Los Angeles et Tokyo (Ginza). De nouveaux immeubles Louis Vuitton seront également inaugurés : après New York, viendra le tour de Paris Champs Élysées, puis celui de Hong Kong en 2005.

#### **Donna Karan**

Au cours de l'année 2003, Donna Karan a continué de renforcer la sélectivité de sa distribution, notamment au sein des grands magasins américains, limitant sa présence aux établissements et emplacements les plus qualitatifs. La marque a d'autre part fait porter ses efforts sur son offre produits afin d'en améliorer la qualité ainsi que la cohérence avec son territoire d'expression, un style de vie moderne et international, symbolisé par la ville de New York où elle puise ses racines et son inspiration.

Vivement appréciées, les nouvelles collections ont généré une bonne couverture de presse et plusieurs produits emblématiques ont remporté un grand succès commercial. Donna Karan a également entrepris un travail de long terme pour le développement de ses lignes d'accessoires, un important gisement de croissance pour les années qui viennent.

Avec de fortes compétences managériales, une stratégie clairement définie, une organisation simplifiée et renforcée, Donna Karan est en possession des meilleurs atouts pour engager son expansion future sous les auspices d'un modèle de développement équilibré et profitable.

#### **Fendi**

Fendi a poursuivi sa stratégie de repositionnement et a consacré d'importants investissements à la rénovation et au développement sélectif de son réseau de distribution. Celui-ci compte 97 magasins au 31 décembre 2003. Un magasin de 500 mètres carrés, nouvelle adresse phare pour la marque au Japon, a notamment été ouvert en septembre au sein de l'immeuble One Omotesando à Tokyo.

Le succès de ses nouveaux produits et la mise en œuvre d'une campagne publicitaire remarquée, mettant en valeur son image

de luxe et de sophistication, ont contribué à fortement accroître les ventes de la marque dans la seconde partie de l'année, notamment au quatrième trimestre. Fendi a réalisé ses meilleures performances au Japon, dans les autres pays asiatiques et en Grande-Bretagne.

En 2004, tout en continuant de renforcer son organisation, Fendi continuera d'investir pour améliorer son réseau de distribution et poursuivra sa politique d'innovation dans le domaine de la maroquinerie et des souliers.

#### **Loewe**

Loewe a poursuivi sa stratégie de renouvellement de son offre produits, capitalisant sur son cœur de métier et son savoir-faire exceptionnel dans le travail du cuir. Ses nouvelles collections de sacs au style très contemporain, en particulier les lignes *Senda*, *Amazona* et *Cadena*, ont bénéficié d'un excellent accueil sur ses principaux marchés, le Japon, l'Asie et l'Espagne, pays d'origine de Loewe. Ces innovations ont été soutenues par la mise en œuvre d'une campagne de communication et par la création de catalogues. Loewe a enregistré une bonne croissance de son chiffre d'affaires à devises constantes avec une accélération significative au quatrième trimestre.

L'inauguration d'un magasin à Tokyo Omotesando et l'agrandissement de la boutique de Londres, au sein du grand magasin Selfridges, sont les autres temps forts de l'année 2003. Les développements déjà réalisés et la poursuite des efforts de modernisation de ses produits renforcent les perspectives de croissance de Loewe en 2004.

#### **Celine**

Excellente année 2003 pour Celine qui enregistre une croissance organique à deux chiffres et réalise des performances tout particulièrement remarquables au Japon, l'un de ses marchés clés. La marque recueille les fruits du renforcement de sa stratégie dans le domaine de la maroquinerie et confirme clairement sa nouvelle dynamique, portée notamment par le succès de ses sacs *Boogie* et *Poulbot*.

Céline a poursuivi l'extension de son réseau de magasins avec, principalement, l'inauguration d'une nouvelle adresse prestigieuse à Tokyo, au sein de l'immeuble One Omotesando. La marque a également ouvert des « leased departments » au Japon (Isetan Shinjuku et Kyoto) et une nouvelle boutique à Hong Kong sur Peking Road. Les magasins de Cannes, Beverly Hills et Hong Kong Pacific Place ont par ailleurs été rénovés. Céline dispose de 100 magasins contrôlés au 31 décembre 2003.

#### **Kenzo**

Pour Kenzo, l'année 2003 a été marquée par l'ouverture d'un magasin emblématique au Pont Neuf à Paris, quartier en

pleine expansion commerciale. Ce magasin regroupe, sur quatre niveaux, tout l'univers de la marque, collections femme, homme et enfant, accessoires, parfums et cosmétiques. Le siège social et l'ensemble des équipes se sont également installés à cette nouvelle adresse.

Antonio Marras, dont la sensibilité et l'inspiration sont très proches de l'esprit et des valeurs de Kenzo, s'est vu confier le renouveau créatif du prêt-à-porter féminin. Sa première collection, présentée en mars 2004, a rencontré un accueil très favorable.

#### *Évolution des autres marques du groupe d'activités*

Les autres marques du groupe d'activités, en phase d'expansion ou de repositionnement, ont chacune poursuivi leurs priorités stratégiques et ciblé très sélectivement leurs investissements. Elles ont démontré une forte réactivité face à la conjoncture difficile qui a caractérisé l'année 2003 et, pour plusieurs d'entre elles, ont accompli des progrès remarquables qui confirment leur potentiel.

**Marc Jacobs** a enregistré une croissance exceptionnelle grâce à ses excellentes performances aux États-Unis et à son expansion commerciale au Japon et en Asie.

**Givenchy** a mis un accent particulier sur le développement de son prêt-à-porter masculin qui représente aujourd'hui une part importante de son chiffre d'affaires et, pour la première fois, a décidé d'en confier les collections à un créateur : Oswald Boateng a rejoint la société en décembre et présentera sa première collection en juillet 2004.

**Thomas Pink** a poursuivi le développement de ses lignes de chemises masculines et féminines et de ses accessoires avec un succès remarquable aux États-Unis. Cette emblématique Maison britannique a également rénové son identité visuelle et son concept de magasin.

**Christian Lacroix**, l'un des plus talentueux représentants de la haute couture, aborde de nouveaux territoires. Grâce aux accords de licence conclus en 2003, sa Maison s'apprête à lancer sa première ligne Homme et une collection de lingerie féminine.

Le succès des collections créées par Christian Lacroix a très fortement dynamisé les ventes de **Pucci**. Le magasin de Florence a été rénové et de nouvelles boutiques ont été ouvertes avec un succès immédiat à Londres et à Saint-Tropez.

**Berluti** a maintenu son rythme de croissance très soutenue. L'année 2003 a été marquée par la création de deux nouvelles lignes de souliers, *Tatouage* et *Piercing*, le lancement d'une collection d'accessoires et l'ouverture d'une quatrième boutique au Japon, à Osaka.

### III. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

LVMH est présent dans le secteur des parfums et cosmétiques avec les grandes maisons françaises Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. A cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent BeneFit et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétique en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, développés pour la société espagnole de mode et maroquinerie, et Make Up For Ever, marque française spécialisée dans les produits de maquillage professionnel.

La présence d'un large éventail de marques au sein du groupe d'activités génère des synergies et constitue une force sur le marché. L'effet de volume permet notamment l'achat d'espace publicitaire à de meilleurs tarifs et la négociation de meilleurs emplacements dans les grands magasins. Dans le domaine de la recherche et développement, les marques du groupe ont mutualisé leurs ressources dès 1997 avec un centre en commun à Saint Jean de Braye (France), sur le site industriel de Parfums Christian Dior. L'utilisation de services partagés par les filiales internationales augmente l'efficacité des fonctions de support pour toutes les marques et facilite l'expansion des marques les plus récentes. Ces économies d'échelle permettent d'investir davantage dans la création et la communication, qui sont deux facteurs clés de succès dans le secteur des parfums et cosmétiques.

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

LVMH occupe le troisième rang mondial de la parfumerie sélective, le premier rang européen, et le premier rang français avec 20,4 % de part de marché (source Secodip) et le quatrième rang aux États-Unis (source NPD).

#### Répartition des ventes par catégorie de produits (en %) :

	2003	2002	2001
Parfums	59	62	61
Maquillage	21	21	22
Produits de soins	20	17	17

En 2003, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a réalisé un chiffre d'affaires de 2 181 millions d'euros, soit 18 % du chiffre d'affaires de LVMH.

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

	2003	2002	2001
France	20	20	20
Europe (hors France)	38	35	31
Amériques	20	25	28
Japon	8	7	7
Asie (hors Japon)	8	8	7
Autres marchés	6	5	6
<b>Total en %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>2 181</b>	<b>2 336</b>	<b>2 231</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 pour 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 gère un réseau de 24 boutiques exclusivement dédiées à la vente de ses produits.

*Jicky, l'Heure Bleue, Mitsouko, Shalimar, Samsara, Aqua Allegoria, Aroma Allegoria, L'Instant de Guerlain*, créé en 2003, 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, Very Irresistible* lancé en 2003, *π, Givenchy pour Homme...*) en développant une activité dans

le domaine des produits cosmétiques avec les soins Givenchy et la ligne de maquillage Givenchy *Le Makeup* inaugurée en 2003.

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et connaissent un fort développement depuis le succès de *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 *Kenzoki* 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. La décision de céder cette société a été prise à la fin de l'exercice 2003.

**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 cinq boutiques exclusives de la baie de San Francisco, la marque est actuellement distribuée dans plus de cent points de vente aux États-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 quatre boutiques en propre aux États-Unis et une en France, à Paris.

**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 États-Unis, au Canada et au Japon.

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.

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, puis une prise de contrôle total en 2003. 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 **Laflochère**, dont l'actif principal, la société La Brosse et Dupont, est leader français dans la distribution des produits d'hygiène et de beauté, a été acquis par LVMH fin 1998. La société est fortement implantée dans les circuits de la grande distribution en France et en Europe.

### 3.2. La recherche en parfums et cosmétiques

La recherche 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 60 %.

En 2003, 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'amaigrissement, la gamme *Move* (Dior) dans celui de l'hydratation, de l'éclat et de la nutrition, *Capture R60/80<sup>TM</sup>* dans la prévention du vieillissement, *Successlaser* et *Happylogy* (Guerlain), *No Surgetics* (Parfums Givenchy) pour le traitement des rides et la gamme de soin *Kenzoïki* ; en maquillage, le gloss *Dior Addict*, la poudre *Terracota Secret Gold* de Guerlain et la gamme *Tiffany* lancée par Givenchy au Japon.

### 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 et Acqua di Parma, sous-traitent la fabrication de leurs produits pour la plus grande part.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2003, pour cette activité, environ 7 % du coût des ventes ; s'y ajoute environ 13 millions d'euros de sous-traitance logistique.

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

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

### 3.4. Faits marquants de l'exercice 2003

Les performances réalisées par les marques du groupe Parfums et Cosmétiques sur des marchés porteurs, au Japon et en Corée notamment, ont partiellement compensé la perte de chiffre d'affaires liée aux conséquences de la mauvaise conjoncture mondiale qui a marqué le premier semestre 2003. Ces avancées ont permis de maintenir le chiffre d'affaires à structure et devises constantes au niveau du premier semestre 2002. Au second semestre, la poursuite de l'excellente progression de Parfums Christian Dior et les lancements de parfums réalisés par les autres marques françaises ont dynamisé l'activité et entraîné une forte accélération des ventes au cours des derniers mois.

Dans le cadre de la stratégie de concentration des ressources sur les marques les plus contributives, les licences américaines développées pour les créateurs Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole ont été cédées au cours du premier semestre 2003. LVMH s'est également séparé de la marque américaine Bliss début 2004.

Afin de tirer profit du fort potentiel des pays asiatiques, en particulier pour les produits de soin, et d'amplifier le développement qu'il y connaît, le groupe d'activités accentue ses efforts en marketing et communication, mais également ses investissements structurels. Une nouvelle plateforme logistique dont bénéficieront l'ensemble des marques sera notamment mise en place courant 2004 à Singapour.

Le groupe Parfums et Cosmétiques a pour objectif en 2004 une poursuite de la croissance de son chiffre d'affaires et une forte progression de son résultat opérationnel

#### *Parfums Christian Dior*

La marque phare du groupe d'activités a confirmé sa dynamique tout au long de l'année et a accéléré sa croissance au dernier trimestre. Elle a notamment bénéficié de la poursuite de sa forte progression au Japon et du développement de nouveaux territoires en pleine expansion tels que la Russie, la Chine et la Corée.

Les nombreux succès créatifs de Parfums Christian Dior, soutenus par de fortes campagnes de communication, sont les principaux facteurs à l'origine de cette dynamique. Les performances de la marque ont été portées notamment par la vitalité du parfum *J'adore*, dont les ventes continuent de croître cinq ans après son lancement, par les nouveaux produits de maquillage tels que le fond de teint *Diorskin* et la gamme *Dioreyes* et par l'évolution des gammes de soin qui ont fait l'objet d'un travail important en 2003.

Parfums Christian Dior a en effet défini et mis en œuvre, sous l'appellation DiorScience, une nouvelle approche stratégique du soin, axe recelant un fort potentiel de développement. Le

lancement, en début d'année, de *Capture R60/80™*, aboutissement d'un projet majeur des laboratoires DiorScience, s'est traduit par un succès remarquable, propre à renforcer l'image et la crédibilité de la marque dans le domaine du soin.

Parfums Christian Dior a également réorganisé son portefeuille de produits de soin pour en améliorer l'impact et la cohérence. Les packagings ont été recréés de manière à accroître leur visibilité au sein des parfumeries et grands magasins. La gamme *Move*, inaugurée en 2002 avec *Hydra-Move*, a été étendue avec le lancement d'*Energy-Move* et *Nutri-Move*, permettant ainsi de répondre aux trois besoins essentiels de la peau : l'hydratation, l'éclat et la nutrition.

Afin de dynamiser l'axe des parfums masculins, une nouvelle facette de *Higher*, complémentaire de la fragrance créée en 2001, a été lancée sous la direction artistique de Hedi Slimane, créateur des collections Homme de Christian Dior, en septembre 2003.

En 2004, Parfums Christian Dior poursuivra sa politique d'innovation et l'accompagnera, comme en 2003, de forts investissements publicitaires. Des lancements importants seront réalisés dans tous les axes produits. Un nouveau développement de la gamme *Capture*, *Capture First Action*, a été lancé en tout début d'année 2004. A l'image du travail accompli pour les produits de soin en 2003, la société renforcera l'attractivité de ses gammes de maquillage conçues en synergie et en collaboration de plus en plus étroite sur le plan créatif avec les collections de couture de Christian Dior. Un nouveau parfum féminin sera lancé en septembre.

Les « classiques » de Parfums Christian Dior continueront d'être soutenus, en particulier les parfums *J'adore* et *Fahrenheit* qui verront leur communication renouvelée.

Afin d'accroître le rayonnement de la marque, un nouveau concept de stand de vente, dont les lignes modernes et épurées s'inspirent de l'univers de la Couture, sera progressivement mis en place dans les grands magasins.

#### *Guerlain*

Le recentrage de sa stratégie et de ses investissements sur ses valeurs historiques ainsi que le travail engagé en 2002 pour améliorer son organisation ont permis à Guerlain de réaliser une excellente année 2003 malgré les difficultés liées à la conjoncture mondiale. Guerlain a ainsi réussi ses objectifs de croissance du chiffre d'affaires et a significativement amélioré sa rentabilité.

Dans le domaine du parfum, le premier semestre a été marqué par le lancement d'une version légère du best-seller *Shalimar*. Au second semestre, *L'Instant* de Guerlain, nouveau grand parfum féminin renouant avec les créations emblématiques de la Maison, s'est rapidement imposé comme l'un des meilleurs

lancements mondiaux. Son succès a fortement dynamisé la fin d'année, contribuant de façon décisive aux performances enregistrées en 2003.

Guerlain a affirmé son expertise dans le domaine du soin en poursuivant le développement de sa gamme phare *Issima*. Le programme de soin *Substantific* a été renforcé et Guerlain a lancé une nouvelle ligne très innovante.

En 2004, Guerlain a pour objectif d'accélérer sa croissance et sa rentabilité. Les principaux moteurs de sa croissance seront les performances de *L'Instant* en année pleine, la poursuite du développement de la ligne *Happylogy* et des collections de maquillage *Divinora*, une nouvelle avancée du soin anti-âge *Issima Success Laser* et le lancement d'un parfum masculin à l'automne.

### **Parfums Givenchy**

Pour Parfums Givenchy, l'année 2003 a été principalement marquée par une offensive sur l'axe parfum : relancement de *L'Interdit*, parfum historique de la Maison, extension de la gamme *Amarige* et, surtout, réussite mondiale du lancement de *Very Irresistible Givenchy*, le nouveau parfum emblématique de la marque. En parfaite symbiose avec les fondamentaux et les valeurs de la marque, ce nouveau parfum féminin est soutenu par un film publicitaire dans lequel la jeune actrice américaine Liv Tyler devient, après Audrey Hepburn, l'incarnation contemporaine de la femme Givenchy.

En 2004, Parfums Givenchy bénéficiera du déploiement de *Very Irresistible* et poursuivra le renouvellement de son offre produits, avec notamment un nouveau design pour ses lignes de soin. La marque affirmera fortement ses ambitions dans le domaine du maquillage. Préalablement testée avec succès au Japon, Givenchy *Le Makeup*, une nouvelle ligne très créative par ses textures, ses couleurs et son conditionnement (« le concentré de maquillage »), a été lancée en mars. Complète – elle offre d'emblée 151 références et sera enrichie au fil des saisons et de la mode –, cette nouvelle ligne bénéficiera d'un soutien publicitaire important avec Liv Tyler pour ambassadrice. Le lancement est accompagné par la mise en place dans les grands magasins d'un nouveau concept de stand de vente résolument moderne, évocateur de luxe et épuré.

Une nouvelle gamme de soins pour le corps, *No Complex*, capitalisant sur l'expertise des Spa Givenchy, sera également lancée en 2004.

### **Parfums Kenzo**

Parfums Kenzo a confirmé sa dynamique tout au long d'une année fertile en développements. Le premier semestre a été marqué par la remise en avant de *l'Eau* de Kenzo dans ses versions féminine et masculine, avec de nouveaux flacons et une communication revisitée ainsi que par l'ouverture de LaBulleKenzo, un espace dédié aux parfums, aux soins *KenzoKi* et aux massages, au sein de l'immeuble du Pont-Neuf à Paris réhabilité par LVMH.

Au second semestre, Parfums Kenzo a lancé une nouvelle fragrance dans sa gamme *Flower* et un nouveau parfum masculin *KenzoAir*, mariant le vétiver et l'anis étoilé, qui a connu des débuts très prometteurs et a contribué à une forte accélération de la croissance de la marque en fin d'année.

Fort de ces développements et des innovations programmées pour les mois qui viennent, Parfums Kenzo est en bonne position pour poursuivre sa croissance en 2004.

### **Évolution de autres marques du groupe d'activités**

Les **Parfums Loewe**, qui ont rejoint l'activité Parfums et Cosmétiques en 2002, ont réalisé une forte croissance en 2003. La marque est leader du marché sélectif en Espagne et renforce notablement les positions du groupe d'activités dans ce pays.

**Acqua di Parma** a également connu une croissance significative, dynamisée par le développement de nouveaux produits et l'extension de sa distribution.

Les deux jeunes sociétés américaines de cosmétique conservées au sein de LVMH ont réalisé une excellente année 2003. **BeneFit Cosmetics** a accentué son développement extrêmement profitable en poursuivant une croissance très élevée à la fois dans son pays d'origine et en Grande-Bretagne où elle confirme le succès exceptionnel qu'elle rencontre depuis son implantation en 2001. **Fresh** dispose aujourd'hui d'une gamme complète de maquillage, de parfums et de produits de soin naturels et de cinq boutiques, quatre aux États-Unis et une inaugurée avec grand succès à Paris courant 2003.

#### IV. MONTRES ET JOAILLERIE

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH regroupe un portefeuille de marques horlogères de premier plan et aux positionnements très complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Zenith, manufacture de haute horlogerie réputée pour son mouvement El Primero, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la Maison de couture, Chaumet, prestigieux joaillier historique de la place Vendôme, Fred, créateur de bijoux contemporains et Omas, créateur italien d'instruments d'écriture. De Beers, joint-venture créé en juillet 2001, affirme son positionnement de joaillier diamantaire (l'activité de De Beers LV est consolidée en 2003 dans les Autres activités). De plus, le pôle horloger a développé avec Louis Vuitton, la collection de montres Tambour, illustrant la capacité de LVMH à mettre en place des synergies efficaces entre groupes d'activités.

Dans les montres de luxe, LVMH se situe au 4<sup>ème</sup> rang mondial avec 9 % de part de marché.

En 2003, le groupe d'activités Montres et Joaillerie a réalisé un chiffre d'affaires de 502 millions d'euros, soit 4 % du chiffre d'affaires de LVMH.

**Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :**

	2003	2002	2001
France	8	8	7
Europe (hors France)	28	29	33
Amériques	26	28	29
Japon	16	14	13
Asie (hors Japon)	12	12	10
Autres marchés	10	9	8
<b>Total en %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total en millions d'euros</b>	<b>502</b>	<b>552</b>	<b>548</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*.

**Zenith** (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 Zenith, le chronographe automatique *El Primero* et le mouvement automatique extra-plat *Élite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque : les lignes *Chronomaster*, *Class* et *Port Royal*. Zenith a rejoint LVMH en novembre 1999 et a entamé en 2001 la modernisation de ses ateliers de production.

Les **Montres Dior**, dont LVMH est le licencié exclusif, appartiennent à la catégorie des montres de mode. Elles sont fabriquées en Suisse par les Ateliers Horlogers. Les 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 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.

Ebel (fondée en 1911 à la Chaux-de-Fonds, acquise par LVMH en novembre 1999) a été cédée début 2004.

#### 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 ont également leurs propres boutiques exclusives, au nombre de 6 pour TAG Heuer, de 12 pour Fred et de 28 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 Heuer, Zenith, Christian Dior, Chaumet et Fred Paris. Zenith assure en outre dans sa Manufacture la conception et la fabrication des mouvements mécaniques qui ont fait la réputation de la marque.

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance ne représente ainsi en 2003 que 15 % du coût des ventes.

Compte tenu des exigences de très haute qualité, les composants assemblés sont recherchés auprès d'un nombre limité de fournisseurs, suisses pour l'essentiel, à l'exception des cuirs pour les bracelets. En 2003, Tag Heuer a réalisé dans ses propres filiales industrielles 44 % des bracelets métalliques (chez Artelink en Italie), 37 % des cadrans (chez ArteCad) et 47 % des boîtes (chez Cortech en Suisse) nécessaires à sa production.

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

#### 4.4. Faits marquants de l'exercice 2003

En 2003, le marché de l'horlogerie – joaillerie a affronté, pour la seconde année consécutive, une conjoncture particulièrement difficile. Les crises du Moyen-Orient et l'épidémie de SRAS en Asie ont eu pour conséquence une baisse générale des ventes dans les principales zones touristiques. En outre, la baisse du dollar et du yen et la hausse du franc suisse ont contribué à un renchérissement de l'offre horlogère, devenue moins attractive auprès d'une clientèle moins nombreuse.

Face à cette situation, le groupe d'activités Montres et Joaillerie a engagé des réductions de coûts de structure, a optimisé ses stocks au sein de son réseau de distribution et a concentré ses moyens sur des actions prioritaires au sein de chaque maison et dans les pays stratégiques. Les investissements marketing ont ainsi été maintenus et de nombreux produits nouveaux ont été lancés avec succès.

##### **TAG Heuer**

TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, est une maison profitable qui a fait l'objet depuis deux ans d'un recentrage de sa gamme, d'un contrôle rigoureux de sa distribution, d'une amélioration de son merchandising.

S'inspirant des valeurs du sport, excellence, performance et précision, la Maison a poursuivi en 2003 sa mission d'innovation horlogère en lançant notamment le *Microtimer* multifonctions, précis au millième de seconde, et le *Chrono 2000 Aquagraph*. Elle a également relancé avec succès sa ligne historique *Link* associée à Tiger Woods. Dans la gamme des classiques légendaires, l'*Autavia* est venue renforcer

la collection des modèles historiques *Monaco*, *Monza* et *Carrera*, équipés de mouvements mécaniques. Enfin, en décembre, TAG Heuer a lancé la *Formula 1*, collection de montres et chronographes sportifs accessibles à une clientèle jeune et très active, en phase avec les valeurs de la marque. Kimi Räikkönen, le jeune pilote de l'écurie McLaren Mercedes, qui a apporté son expertise dans la création de la *Formula 1*, en est également l'ambassadeur.

Outre les actions menées dans l'univers de la compétition automobile (Chronométrage, association avec McLaren Mercedes), TAG Heuer a investi avec succès l'univers du golf en liaison avec Tiger Woods, meilleur joueur mondial, désormais associé au développement de certains modèles de montres.

En 2004, TAG Heuer poursuivra un développement très ciblé et, fidèle à son positionnement d'avant-garde, présentera des innovations horlogères majeures au salon de Bâle.

### **Zenith**

Depuis son arrivée au sein de LVMH, La Manufacture Zenith poursuit sa refondation.

De constructeur et fournisseur de mouvements mécaniques légendaires, Zenith affirme progressivement sa nouvelle dimension de marque de manufacture, spécialisée en montres et chronographes mécaniques de haute horlogerie.

Fidèle à ses origines, le style Zenith s'inspire d'une véritable modernité esthétique, illustrée en 2003 par le lancement de modèles très appréciés : le *Chronomaster Open*, dévoilant, au prix d'une prouesse technique, le coeur du mouvement El Primero, et le *Chronomaster Star*, créé pour la clientèle féminine. Ces deux créations ont été saluées par la presse et les prescripteurs spécialisés.

L'équipe horlogère de Zenith a été renforcée afin de développer la création de complications horlogères, à l'image des Quantièmes Perpétuels présentés en 2003. La Manufacture poursuit parallèlement des développements horlogers spécifiques, principalement pour les Maisons du groupe LVMH.

Alors que sur les marchés historiques d'Europe continentale, la refondation s'accompagne d'une baisse transitoire du chiffre d'affaires, Zenith progresse très fortement en Asie et aux États-Unis, marchés qu'elle a abordés récemment.

En 2004, Zenith devrait réaliser une croissance significative de son chiffre d'affaires grâce au succès de ses nouvelles collections et au maintien d'une forte politique d'innovation. En particulier, de nouvelles complications très attendues, dont un Tourbillon, seront présentées au Salon de Bâle 2004, ainsi

qu'une nouvelle montre automatique féminine qui devrait prolonger le succès du *Chronomaster Star* lancé en 2003.

### **Montres Dior**

Depuis trois ans, les Montres Dior poursuivent une croissance à deux chiffres de leurs ventes, dans le segment très concurrentiel des montres de mode. Développées en collaboration avec les studios de Dior Couture, les collections participent pleinement au rayonnement de la marque dans le monde. Les collections *Riva Sparkling* et *Malice Sparkling* continuent à progresser.

La collection Dior *Admit it* et la nouvelle *Chris 47* développées par John Galiano, la montre *D de Dior* créée par Victoire de Castellane, ont dynamisé significativement les ventes tout au long de l'année 2003, au rythme des saisons de Dior Couture.

En 2004, la dynamique sera renforcée par le lancement d'une ligne Homme créée par Hedi Slimane. De nouveaux meubles et présentoirs seront mis en place début 2004 dans l'ensemble des points de vente de Montres Dior, boutiques Dior et détaillants partenaires.

### **Chaumet**

Chaumet, prestigieux joaillier de la place Vendôme, poursuit son développement ciblé sur l'Asie et l'Europe. Dans un marché mondial en baisse, Chaumet aura à nouveau connu une croissance très sensible tant en joaillerie qu'en horlogerie.

Riche d'une histoire incomparable, la Maison fonde sa stratégie sur une innovation juste, inspirée, et élégante, soutenue par une communication mettant en scène innovation et tradition. Au cours de l'année 2003, Chaumet a relancé sa gamme *Liens*, a créé la ligne de haute-joaillerie *Frisson* et a lancé *Dandy*, une ligne de montres mécaniques pour hommes disponibles en or jaune, or rose et acier.

La réfection des magasins a été entreprise avec l'aide de l'architecte Jean-Michel Wilmotte et sera poursuivie en 2004. Deux boutiques ont été ouvertes, une boutique en propre à Genève et une en franchise à Barcelone.

En 2003, les ventes de Chaumet ont progressé très sensiblement au Japon, tant dans ses boutiques que dans les « shop-in-shop » des grands magasins. L'activité a également été dynamique en Corée et en France. En Corée, Chaumet a créé un joint venture avec son agent pour mieux contrôler son développement.

En 2004, Chaumet continuera d'ouvrir des points de vente à un rythme mesuré sur ses marchés prioritaires en Asie, au Japon, en Corée et à Taïwan. Seront également ouverts, en partenariat local, quelques magasins en Russie et au Moyen-Orient.

De nouveaux lancements horlogers et joailliers viendront renforcer les gammes existantes.

### **Fred**

Fred, joaillier d'inspiration résolument contemporaine, poursuit son redéploiement avec la fermeture de boutiques aux États-Unis et l'expansion profitable de son activité au Japon, en ouvrant en 2003 trois « shop-in-shop » dans ce pays.

La nouvelle ligne de montres *Move One* a permis de dynamiser les ventes horlogères dans les boutiques et chez les détaillants partenaires de la marque.

En 2004, de nouveaux corners et « shop-in-shop » seront ouverts au Japon. La marque présentera de nouveaux modèles inédits de bagues et pendentifs conçus pour séduire une clientèle jeune. La gamme horlogère *Move One* sera également enrichie d'une ligne de montres de plongée.

### **Omas**

Omas, célèbre manufacture de Bologne, spécialiste du stylo de luxe, fonde son développement sur la mise en valeur de son savoir-faire exceptionnel, l'utilisation de matières nobles, et une créativité renforcée.

Les investissements commerciaux concentrés exclusivement sur l'Italie, la France et les États-Unis, marchés les plus importants pour les instruments d'écriture, et les efforts de communication principalement consacrés à sa gamme icône *360* ont permis à Omas d'enregistrer une forte croissance de ses ventes en 2003 dans un marché mondial en légère baisse.

### **De Beers \***

La marque De Beers a effectué son introduction sur le marché japonais avec l'ouverture de trois boutiques situées dans les grands magasins de Tokyo : Matsuya à Ginza, Takashimaya à Nihonbashi et Isetan à Shinjuku.

Ouverts en septembre 2003, les trois magasins fréquentés par des clientèles différentes ont permis de mesurer les réactions d'une clientèle japonaise très exigeante et d'adapter la gamme en conséquence.

La première année de fonctionnement du magasin phare de Londres, situé à l'angle de Bond Street et de Piccadilly, a été très encourageante dans un marché joaillier local très perturbé.

Les ventes de décembre ont été très soutenues tant à Londres qu'à Tokyo où la légitimité diamantaire et la créativité des collections sont appréciées. L'année 2004 sera consacrée à l'amélioration de la performance des magasins existants et à la préparation des leviers d'une croissance profitable à terme.

\* L'activité de De Beers LV est consolidée en 2003 dans les Autres activités

## **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 États-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 2003, le groupe d'activités Distribution sélective a réalisé un chiffre d'affaires de 3 039 millions d'euros, soit 25 % du chiffre d'affaires de LVMH.

### **Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :**

	2003	2002	2001
France	29	26	25
Europe (hors France)	11	9	8
États-Unis	37	37	36
Asie	18	23	26
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>3 039</b>	<b>3 337</b>	<b>3 493</b>
<b>Nombre de magasins</b>	<b>668</b>	<b>648</b>	<b>656</b>

### **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 151 points de vente au 31 décembre 2003.

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 États-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, Celine...) 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 États-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 édite, en outre, 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.

Ces dernières années 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. L'activité « Selective Retail »**

### ***Sephora***

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

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie, notamment Marie-Jeanne Godard et les sociétés italiennes Laguna, Boidi et Kharys. Sephora dispose aujourd'hui de 418 magasins en Europe, implantés dans 10 pays.

Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 82 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, [sephora.com](http://sephora.com).

### ***Le Bon Marché***

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

Le Bon Marché dispose d'un département alimentaire, La Grande Épicerie de Paris. Depuis 1995, il est également propriétaire du magasin Franck et Fils, situé rue de Passy dans le seizième arrondissement de Paris.

Au cours des dernières années, un important travail de fond, portant notamment sur la rénovation et la transformation de ses espaces de vente associées à une montée en gamme de son offre commerciale, a permis de 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 Évolutif » 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 2003

#### *DFS*

DFS a ouvert, en janvier 2003, un nouveau Galleria à Singapour. Les deux magasins récemment ouverts au sein de l'aéroport d'Okinawa au Japon ont été agrandis.

En 2004, DFS devrait bénéficier de la reprise du tourisme, tendance encore fragile toutefois dans un contexte géopolitique incertain. L'objectif prioritaire est de retrouver une dynamique positive des ventes dans les magasins les plus importants à Hawaï, Hong Kong, Singapour et Guam.

En parallèle, le développement futur bénéficiera de deux nouvelles opportunités majeures, l'ouverture d'un nouveau magasin Galleria à Okinawa en 2005 et la croissance des voyageurs de la République Populaire Chinoise qui vont devenir le flux le plus important dans les années à venir. Certaines fonctions de DFS viennent d'être opportunément transférées vers Singapour et Hong Kong, se rapprochant ainsi de ses marchés les plus prometteurs.

#### *Miami Cruiseline*

Profitant du développement du marché des croisières, Miami Cruiseline a réalisé des augmentations significatives en termes de ventes, de résultat opérationnel et de cash flow. L'amélioration de la logistique, la maîtrise des frais et la visibilité accrue sur les navires ont contribué à cette performance.

En 2004, Miami Cruiseline continuera d'améliorer ses performances grâce à la mise en place d'une gestion des stocks et d'un merchandising plus efficaces.

#### *Sephora*

Sephora réalise une excellente année 2003 et atteint pleinement ses objectifs malgré la conjoncture mondiale difficile. Tandis que Sephora Europe continue d'améliorer ses performances et sa rentabilité, les activités américaines dégagent pour la première année un résultat opérationnel et un cash flow positifs. Confirmant la pertinence de sa stratégie de

développement maîtrisé, l'enseigne est désormais en mesure d'autofinancer son expansion.

Au 31 décembre 2003, Sephora dispose d'un réseau mondial de 500 magasins. Quatorze ouvertures nettes en Europe et huit aux États-Unis ont été réalisées au cours de l'année dans les villes et pays où le concept de Sephora dispose des meilleures perspectives de développement profitable.

Sephora Europe a poursuivi le travail entrepris au sein des magasins pour renforcer sa qualité d'accueil et de service et mettre en avant son expertise dans le domaine du soin. Le lancement en France de la Carte de fidélité Sephora, élément privilégié d'une relation de proximité avec la clientèle, a remporté un grand succès. Une carte de fidélité a également été lancée en Pologne en fin d'année 2003.

Partenaire des marques leaders, Sephora s'emploie également à différencier son offre au sein de son univers concurrentiel en référençant des marques plus confidentielles et exclusives, recherchées par une clientèle à la pointe des tendances et en développant, sous sa marque propre, plusieurs gammes de produits conjuguant créativité, qualité et prix attractifs.

Sephora a renforcé sa position de leader en Pologne en s'associant avec la plus ancienne chaîne de parfumerie sélective de ce pays. Celle-ci apporte sept parfumeries situées dans des emplacements stratégiques, permettant de porter à 41 magasins le réseau de Sephora en Pologne. En Russie, un accord a également été conclu avec un partenaire : un premier magasin Sephora franchisé a ouvert à Moscou en décembre 2003. Cet accord permettra de compléter le réseau existant par l'ouverture de magasins à l'enseigne Sephora. Il ouvre à Sephora, après la Pologne, la Roumanie et la République Tchèque, un nouveau territoire prometteur dans une région du monde où le marché est en plein essor.

Aux États-Unis, Sephora a poursuivi, à nombre de magasins comparable, une croissance en dollars à deux chiffres qui se situe bien au-delà de la tendance enregistrée par la distribution spécialisée. Tout en confirmant sa forte dynamique commerciale dans une conjoncture morose, l'enseigne a atteint son objectif de rentabilité et de génération de cash, recueillant ainsi le fruit des efforts déployés pour rationaliser son réseau, réduire les coûts et développer la productivité de ses magasins.

Le magasin de Times Square à New York, rénové en 2002, est devenu le magasin phare de la marque. Sephora a également accru ses performances à San Francisco en ouvrant un magasin sur un nouvel emplacement sur Powell Street.

Sephora s'est vu décerner le titre de « Retailer of the year » pour la Beauté aux États-Unis, distinction qui récompense à la fois son incontestable succès commercial et la caractéristique innovante de sa démarche, notamment dans le domaine du merchandising et

de la promotion de jeunes marques créatives, l'un des fers de lance et des atouts spécifiques de Sephora sur le marché américain.

Le site Internet Sephora.com, en forte croissance, a étendu son activité au territoire canadien en octobre 2003.

En 2004, Sephora continuera de développer son modèle de croissance rentable aux États-Unis et en Europe. Le rythme d'ouvertures de magasins devrait se poursuivre légèrement, à raison de 20 environ en Europe et 15 aux États-Unis.

### ***Le Bon Marché***

Le Bon Marché s'est imposé au fil des dernières années comme le grand magasin le plus exclusif de Paris, véritable référence pour une clientèle française et internationale éprise de beauté et de qualité.

Dans un contexte difficile pour les grands magasins parisiens en 2003, le Bon Marché a de nouveau augmenté sa part de marché, confirmant ainsi son positionnement unique par rapport à sa concurrence.

Le Bon Marché a engagé en 2003 la rénovation de son espace consacré à la mode féminine afin de préparer les relais de croissance des prochaines années. De nouvelles unités de restauration légère ont été créées d'une part au sein de la Grande Épicerie (Picnic Café), d'autre part au cœur du secteur de la mode féminine (Delicabar, « snack chic »). Ces initiatives rencontrent d'ores et déjà un vif succès et renforcent l'attractivité du magasin.

En 2004, le Bon Marché poursuivra les travaux d'embellissement de son département de mode féminine.

### ***La Samaritaine***

Changement de format, changement de nature, changement de clientèle : tels auront été les trois mouvements largement engagés en 2003 par la Samaritaine.

Une vaste réorganisation des espaces commerciaux a été entreprise, qui vise à concentrer l'activité de la Samaritaine sur son bâtiment principal. Le format de ce magasin passera de 45 000 mètres carrés en 2001 à 30 000 mètres carrés. En 2004, les surfaces ainsi libérées seront louées à des tiers.

La Samaritaine a également poursuivi la mise en place d'une offre commerciale correspondant à son positionnement de nouvel acteur de la mode et du design s'adressant désormais majoritairement à une clientèle résidant dans les quartiers centraux de la rive droite et de l'est parisien.

En 2004, la réorganisation arrivera à son terme, avec notamment l'ouverture d'un vaste département Homme au sous-sol du magasin principal. À l'automne 2004, avec l'inauguration de la nouvelle Samaritaine s'ouvriront les perspectives de croissance de l'enseigne pour les années futures.

## **VI. AUTRES ACTIVITÉS**

En 2003, les Autres activités regroupent le pôle média géré par DI Group (ex Desfossés International), De Beers LV et l'Étude 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'Étude Tajan a été cédée fin décembre 2003.

\*  
\*   \*   \*

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

## I. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ AU 31 DÉCEMBRE 2003

Le chiffre d'affaires de l'exercice 2003 est de 11 962 millions d'euros, soit une baisse de 6 % par rapport à l'exercice précédent ; à devises constantes, le chiffre d'affaires est en progression de 4 % malgré les incidences de la guerre en Irak et du SRAS en Asie qui ont affecté les performances du premier semestre 2003.

L'évolution du périmètre de consolidation du Groupe se traduit par un effet négatif de 1 point d'évolution du chiffre d'affaires. Les principales variations sont les suivantes : dans l'activité Vins et Spiritueux, cessions de Hine fin juin 2003, puis de Canard-Duchêne fin septembre 2003 ; première consolidation de Rossimoda en 2003 dans le groupe d'activités Mode et Maroquinerie ; dans l'activité Parfums et Cosmétiques, cessions de Hard Candy et Urban Decay en décembre 2002, et des licences américaines Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole en avril 2003 ; consolidation par intégration proportionnelle du joint-venture De Beers LV à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2003.

Les ventes de Vins et Spiritueux sont en retrait de 7 % par rapport à l'année précédente ; hors effets de change et de périmètre affectant cette activité, le chiffre d'affaires progresse de 5 %. Ces chiffres, qui n'incluent pas la société Millennium, consolidée par mise en équivalence, reflètent la progression des ventes en volumes de Champagne de 1 % à périmètre comparable, et de 5 % pour le Cognac. Dans l'activité Champagne, les marchés anglais et japonais montrent une croissance à deux chiffres, alors que pour le Cognac, les États-Unis et la Grande Chine (Chine populaire, Hong Kong et Taïwan) affichent les croissances les plus fortes.

Les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie sont en baisse de 1 %, alors qu'à devises constantes le chiffre d'affaires est en progression de 10 %. Louis Vuitton pour sa part montre une croissance de ses ventes à deux chiffres à devises constantes par rapport à 2002 grâce notamment à de très fortes progressions aux États-Unis : 38 % (hors Hawaï), et au Japon : 13 %.

Les principales autres marques de ce groupe d'activités affichent des croissances significatives de chiffre d'affaires au deuxième semestre 2003 après un premier semestre ralenti par l'environnement mondial défavorable.

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques affichent une baisse de 7 % ; à devises et périmètre constants le chiffre d'affaires est en croissance de 4 %. L'année a été marquée par le succès des lancements de *L'Instant* de Guerlain et de *Very Irresistible* de Givenchy, ainsi que par la poursuite de la croissance des lignes phares *J'Adore* et *Capture* de Dior ainsi que *Flower by Kenzo* ; ces performances ont été réalisées grâce à des croissances soutenues au Japon et en Asie malgré un environnement difficile dans le « travel retail ».

Le chiffre d'affaires du groupe d'activités Montres et Joaillerie est en baisse de 9 % par rapport à l'année précédente ; à taux de change constants et en tenant compte de la baisse des ventes de composants aux tiers, le chiffre d'affaires 2003 est identique à celui de 2002. Cette activité, qui a particulièrement souffert de la morosité de l'environnement économique en Europe, a montré des signes de redressement au quatrième trimestre 2003 avec, de nouveau, des chiffres d'affaires en croissance par rapport à la même période de 2002.

Les ventes de l'activité Distribution sélective diminuent de 9 %, mais sont en croissance de 1 % à devises constantes. Au sein de ce groupe, DFS a été particulièrement touché au premier semestre par les effets de la guerre en Irak et du SRAS sur le tourisme asiatique ; cependant dès septembre, les ventes de DFS se sont fortement améliorées et ont permis d'afficher pour les mois de novembre et décembre 2003 des performances supérieures à celles de 2002. L'activité de Miami Cruiseline progresse de 13 % par rapport à l'année précédente. Aux États-Unis, Sephora réalise une croissance des ventes à deux chiffres à magasins comparables. Les grands magasins parisiens ont souffert d'un environnement économique déprimé et, en ce qui concerne la Samaritaine, de la poursuite des travaux de rénovation et de repositionnement du magasin principal.

Au sein des Autres activités sont intégrés le pôle Media dont le chiffre d'affaires baisse de 3 %, ainsi que le joint-venture De Beers LV ; consolidé en 2003 par intégration proportionnelle, De Beers LV développe ses ventes dans sa boutique londonienne et ses « shop-in-shop » dans une sélection de grands magasins japonais.

Le poids relatif de chaque métier du Groupe dans le chiffre d'affaires évolue peu : on constate une stabilité des Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques, représentant chacun 18 % du total du chiffre d'affaires ; l'activité Montres et

Joannerie reste stable également avec 4 % du total des ventes, alors que la Mode et Maroquinerie passe de 33 % à un peu moins de 35 % en 2003 ; la Distribution sélective baisse de 26 % à 25 % d'une année sur l'autre.

La ventilation du chiffre d'affaires entre les différentes devises de facturation reste également stable : la zone euro passe de 32 % à 33 % et, à l'inverse, le poids du dollar américain baisse

de 1 point pour s'établir à 31 % ; le yen reste à 16 % et le Hong Kong dollar à 4 % du total.

Le chiffre d'affaires par zone géographique de destination évolue comme suit en pourcentage du total des ventes : stabilité de la France à 17 %, baisse de l'Asie (hors Japon) de 2 points à 13 % du fait de l'épidémie du SRAS, et des États-Unis de 1 point à 26 %. L'Europe (hors France) et le Japon progressent de 1 point avec respectivement 21 % et 16 %.

#### Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :

	2003	2002	2001
France	17	17	17
Europe hors France	21	20	19
États-Unis	26	27	26
Japon	16	15	15
Asie hors Japon	13	15	16
Autres marchés	7	6	7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

#### Chiffre d'affaires par devise de facturation (en %) :

	2003	2002	2001
Euro	33	32	31
Dollar US	31	32	32
Yen	16	16	16
Dollar Hong Kong	4	4	5
Autres devises	16	16	16
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La marge brute atteint 7 791 millions d'euros, soit un taux de marge sur chiffre d'affaires de 65 %, en progression de 1 point sur 2002, en raison principalement de l'effet favorable des couvertures de change mais aussi des gains de productivité industrielle.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 4 401 millions d'euros baissent de 6 % par rapport à 2002. À taux de change et périmètre constants, elles augmentent de 4 % en raison d'une part des ouvertures de boutiques et d'autre part des investissements soutenus en communication des principales marques et notamment de Louis Vuitton.

Les charges administratives sont de 1 208 millions d'euros, soit une baisse de 15 % à taux de change courant et de 8 % à taux de change et périmètre constants ; elles représentent 10 % du montant des ventes, soit 1 point de baisse par rapport à 2002.

Le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 2 182 millions d'euros, en croissance de 9 % ; cette progression est due en partie à la maîtrise de l'ensemble des frais, en baisse de plus de 8 %, soit 2 points de plus que celle du chiffre d'affaires. Le taux de résultat opérationnel sur chiffre d'affaires atteint 18 %, en croissance de 2 points par rapport à 2002.

Le résultat opérationnel de l'activité Vins et Spiritueux de 796 millions d'euros croît de 6 % ; une politique de fermeté des prix de vente et des gains obtenus sur les couvertures de change ont permis de limiter l'effet négatif des fluctuations de change.

Le résultat opérationnel de l'activité Mode et Maroquinerie de 1 311 millions d'euros croît de 2 % dans un contexte économique mondial difficile. Outre la croissance des résultats de Louis Vuitton, le groupe d'activités bénéficie d'une forte amélioration des résultats de Marc Jacobs, de Celine

et du site de vente de produits de luxe sur internet e-Luxury.com.

L'activité Parfums et Cosmétiques dégage un résultat opérationnel de 178 millions d'euros, en croissance de 11 % par rapport à 2002. Le maintien des bons résultats de Parfums Christian Dior, l'amélioration de ceux de Guerlain et de BeneFit Cosmetics et le moindre poids des pertes des licences américaines ont permis de réaliser cette croissance significative.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie dégage un résultat opérationnel négatif de 48 millions d'euros, soit une dégradation de 35 millions d'euros par rapport à 2002. L'environnement très défavorable de la première partie de l'année 2003 est à l'origine de ces résultats, le redressement des performances au quatrième trimestre 2003 n'ayant que faiblement compensé les pertes de la première partie de l'année. Une grande partie de ces pertes incombe à la société Ebel dont la cession a été décidée en fin d'année.

Le résultat opérationnel de la Distribution sélective a très fortement augmenté passant de 20 millions d'euros en 2002 à 106 millions d'euros en 2003. Le résultat opérationnel de DFS est positif en 2003 malgré les effets négatifs de la baisse du tourisme mondial constatée en milieu d'année. Les résultats de Sephora se sont fortement améliorés, notamment aux États-Unis. Les résultats de Miami Cruiseline ont pour leur part plus que doublé.

Les pertes opérationnelles des Autres activités de 161 millions d'euros en 2003 sont réduites de 15 % par rapport à 2002. Outre les frais de siège, cette rubrique inclut les résultats négatifs du pôle Média dont l'activité s'est légèrement améliorée en fin d'année. Le joint-venture constitué avec De Beers, également intégré dans cette rubrique, est en phase d'investissements marketing et commercial.

Les frais financiers diminuent, passant de 294 millions d'euros en 2002 à 233 millions d'euros en 2003, évolution due principalement à la baisse de l'endettement moyen du Groupe.

Les autres produits et charges comprennent notamment les éléments suivants : des pertes de cessions d'activités s'élevant à 139 millions d'euros concernant principalement la société Ebel, des dépréciations exceptionnelles d'actifs pour 77 millions d'euros relatifs notamment à des engagements de loyers supérieurs à leur valeur de marché, une dépréciation supplémentaire de 33 millions d'euros de la participation dans Bouygues, un produit de 55 millions d'euros relatifs aux variations des provisions et cessions de titres LVMH, et enfin, des charges de restructurations de 127 millions d'euros. Ces restructurations concernent la rationalisation des réseaux de distribution des Vins et Spiritueux en Europe et aux États-Unis ; pour les Parfums et Cosmétiques, l'accentuation

de la sélectivité des points de vente notamment aux États-Unis ; la fermeture ou le redimensionnement d'unités industrielles en Italie et en Suisse par la Branche Montres et Joaillerie, et enfin le transfert de San Francisco à Singapour et Hong Kong des fonctions administratives et de management de DFS.

Le taux d'imposition de l'année 2003 s'établit à 30 % ; il est légèrement supérieur à celui constaté l'année précédente du fait de l'utilisation en 2002 de déficits conjoncturels de certaines activités.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence est de 1 million d'euros, et représente la part de LVMH dans les résultats de Millennium, de Bonhams et de joint-ventures que gère DFS.

Le résultat net courant part du Groupe s'élève à 1 023 millions d'euros, en croissance de 25 % par rapport à 2002.

La charge d'amortissement des écarts d'acquisitions s'élève à 300 millions d'euros, contre 262 millions d'euros pour l'exercice précédent. Cette progression résulte des variations de périmètre, en particulier l'acquisition de Millennium en juillet 2002, l'acquisition d'intérêts minoritaires dans Fendi au 2<sup>ème</sup> semestre 2002 et en 2003, l'augmentation de la participation dans Acqua di Parma, la première consolidation de Rossimoda, ainsi que d'amortissements exceptionnels concernant Laflachère et Make Up For Ever.

Les intérêts minoritaires s'établissent à 108 millions d'euros contre 131 millions d'euros en 2002. Cette évolution a pour origine, essentiellement, l'augmentation des résultats des Vins et Spiritueux dont Diageo détient 34 % et, a contrario, l'effet positif de la récente augmentation de capital de DFS.

Le résultat net comptable Part du Groupe est de 723 millions d'euros, en croissance de 30 % par rapport à l'année précédente.

### 1.1. Groupe Vins et Spiritueux

Le chiffre d'affaires du groupe Vins et Spiritueux s'élève à 2 116 millions d'euros, en baisse de 7 % par rapport à 2002. A devises et périmètre constants, le chiffre d'affaires est en croissance de 5 %. Le résultat opérationnel atteint 796 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport à 2002.

Les marques non stratégiques, Hine et Canard-Duchêne, ont été cédées respectivement en juin et septembre 2003, cette variation de périmètre ayant une incidence de 1 point sur le taux d'évolution du chiffre d'affaires.

Millennium, dont Moët-Hennessy détient 40 % depuis août 2002, est consolidée par mise en équivalence ; les ventes et le résultat opérationnel de cette activité ne sont donc pas intégrés dans les chiffres qui précèdent.

	2003	2002	2001
<b>Ventes en volume</b> (millions de bouteilles) :			
– Champagne	52,6	53,6	49,8
– Cognac	45,3	42,4	40,1
– Vins tranquilles et pétillants	30,1	27,0	25,3
	128,0	123,0	115,2
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination</b> (en %) :			
– France	11	12	11
– Europe hors France	27	26	24
– Amériques	37	38	38
– Japon	10	10	12
– Asie hors Japon	12	12	11
– Autres marchés	3	2	4
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires</b> (en millions d'euros)	2 116	2 266	2 232
<b>Résultat opérationnel</b> (en millions d'euros)	796	750	676
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	38	33	30
<b>Investissements opérationnels</b> (en millions d'euros)	59	52	61

### Champagne et Vins

Le chiffre d'affaires de l'activité Champagne et Vins s'élève à 1 336 millions d'euros, en baisse de 5 % par rapport à 2002, mais en croissance de 5 % à devises et périmètre constants.

Le résultat opérationnel s'établit à 451 millions d'euros, en hausse de 7 % par rapport à l'année précédente ; cette variation a pour origine une politique de prix soutenue et une bonne maîtrise des coûts.

#### • Champagne

En 2003, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 1 % à périmètre comparable (hors Pommery et Canard-Duchêne), alors que les expéditions de la région Champagne prise dans son ensemble augmentent de 2 %, représentant une baisse de 1 % pour la France et une progression de 6 % pour l'export.

La part de marché des marques de LVMH atteint désormais 17,3 % du total des expéditions de la région, en augmentation de 0,3 point par rapport à 2002, à périmètre comparable.

Par marché, l'évolution des ventes du Groupe en 2003 est la suivante : croissance de 14 % en Grande-Bretagne et au Japon, hausse de 1 % en France (hors Canard-Duchêne et Pommery), stabilité en Italie et baisse de 2 % aux États-Unis ; l'Allemagne dont l'économie est déprimée est en baisse de 13 %.

La récolte 2003 de Champagne a été inférieure à la normale du fait des gelées d'avril ; elle a atteint 8 250 kilogrammes par

hectare. Les mécanismes de déblocage des vins antérieurement bloqués par l'interprofession ont permis de compenser l'effet du gel et d'atteindre un volume équivalent à 10 300 kilogrammes par hectare. Le prix indicatif au kilo de raisin pour un cru à 100 % a été fixé à 4,25 euros, en hausse de 3,5 % par rapport à 2002.

#### • Vins tranquilles et pétillants

Les ventes en volume de l'activité Vins tranquilles et pétillants s'établissent à 30 millions de bouteilles, en croissance de 11 % par rapport à 2002. Les ventes sont en forte progression en Argentine et aux États-Unis alors qu'en Australie, Cape Mentelle et Cloudy Bay ont été pénalisés par des gelées de printemps.

### Cognac et Spiritueux

Le chiffre d'affaires de l'activité Cognac et Spiritueux s'établit à 780 millions d'euros, en baisse de 9 % par rapport à 2002 mais en croissance de 5 % à devises constantes. L'année 2003 est marquée par une croissance des ventes en volume de 5 %. Par marché, l'évolution est la suivante : forte croissance aux États-Unis, avec 11 %, développement de 5 % des ventes en Asie (hors Japon), recul des ventes en Duty Free de 10 % du fait des événements qui ont affecté le tourisme mondial. Au Japon, la baisse des ventes a été de 9 % ; elle a été limitée par le lancement récent de nouvelles qualités.

Les volumes d'expédition de la région Cognac augmentent de 5 % par rapport à 2002 alors que les expéditions des marques de

LVMH augmentent de 11 %. La part de marché du Groupe s'établit ainsi à 39,4 %, en croissance de 1,7 point par rapport à 2002.

La société Millennium élabore et distribue des vodkas haut de gamme sous les marques Belvedere et Chopin. Les ventes, réalisées essentiellement sur le marché américain, sont en croissance de 20 % en volume par rapport à 2002.

Le résultat opérationnel de l'activité Cognac et Spiritueux s'établit à 345 millions d'euros, en croissance de 5 % par rapport à 2002. La marge opérationnelle s'améliore, passant de 33 % à 38 % grâce à la maîtrise des coûts de production, au maintien d'une politique de prix de vente soutenus et aux gains résultant de la politique de couverture de change.

## 1.2. Groupe Mode et Maroquinerie

	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :</b>			
- France	9	10	11
- Europe hors France	17	16	14
- Amériques	23	24	19
- Japon	34	33	36
- Asie hors Japon	15	15	18
- Autres marchés	2	2	2
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	4 149	4 207	3 612
<b>Ventes au détail en % du chiffre d'affaires (hors Louis Vuitton)</b>	45	42	55
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	1 311	1 280	1 274
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	32	30	35
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	264	246	210

Le chiffre d'affaires du groupe Mode et Maroquinerie s'élève à 4 149 millions d'euros, en baisse de 1 % par rapport à l'année précédente, mais en progression de 9 % à devises et périmètre constants.

Le groupe d'activités intègre pour la première fois en 2003 les données de la société Rossimoda, fabricant et distributeur de souliers sous licence.

Le chiffre d'affaires de Louis Vuitton, dont le taux de progression à taux de change constants est à deux chiffres, a été affecté par les effets négatifs de la guerre en Irak et du SRAS sur le tourisme mondial ; la hausse de l'euro par rapport aux principales devises a également eu un impact négatif sur la fréquentation touristique en Europe. Cependant, le redressement des ventes a été très rapide au second semestre, ce qui a permis à Louis Vuitton d'établir un nouveau record de chiffre d'affaires au mois de décembre.

La progression des ventes de Louis Vuitton est particulièrement remarquable aux États-Unis, de 38 % en dollars US (hors Hawaï) et au Japon, de 13 % en Yen par rapport à l'année 2002.

Le réseau de distribution de Louis Vuitton s'établit à 317 boutiques dont 46 global stores, soit un accroissement de 18 boutiques par rapport à 2002.

L'année 2003 a permis à Fendi de développer ses collections de maroquinerie et de poursuivre la restructuration et l'élargissement de son réseau de boutiques qui s'élève désormais à 97 unités, soit 11 boutiques supplémentaires par rapport à 2002. Les ventes de la fin d'année 2003 sont en nette hausse grâce aux nouvelles collections récemment développées et à une communication renouvelée.

Donna Karan International a poursuivi le recentrage de son activité sur les lignes de produits les plus rentables. La restructuration de son réseau de distribution a conduit la société à réduire de nouveau le nombre de ses boutiques les moins sélectives : par rapport à 2002, Donna Karan International a réduit de 14 points de vente son réseau qui s'établit désormais à 35 boutiques.

Le chiffre d'affaires de Loewe est en croissance de 7 % à taux de change comparables. La forte implantation de Loewe sur le marché japonais lui a permis d'accroître sensiblement ses ventes sur ce marché ; le réseau de distribution est de 91 boutiques à fin 2003, soit 1 boutique supplémentaire par rapport à 2002.

Le chiffre d'affaires de Céline croît de 13 % à devises comparables ; cette progression sensible, malgré l'effet négatif du SRAS en milieu d'année, a pour origine le développement des ventes de ses nouvelles lignes de maroquinerie et l'extension de son réseau de boutiques, qui atteint 100 unités à fin 2003, en croissance de 9 par rapport à 2002.

L'année 2003 a permis à Kenzo de réorganiser ses équipes de style, les premières réalisations du nouveau créateur de prêt-à-porter féminin Antonio Marras ayant été bien accueillies par la presse. Kenzo a ouvert une nouvelle boutique phare au Pont Neuf à Paris et terminé l'assainissement de son réseau au Japon ; son réseau diminue ainsi de 3 points de vente pour s'établir à 50 magasins à fin 2003.

Christian Lacroix a poursuivi sa stratégie axée sur le succès de ses collections de Haute Couture d'une part et sur le développement des licences d'autre part ; son réseau est de 7 magasins.

Le chiffre d'affaires de Givenchy a légèrement progressé à devises constantes ; les ventes de gros et de détail sont en croissance alors que la politique de sélectivité des licences a entraîné une nouvelle baisse des revenus de cette activité. Givenchy gère 72 boutiques dans le monde dont 45 en Chine.

L'activité de Marc Jacobs se développe très rapidement ; son chiffre d'affaires est en croissance de 60 % en devises locales par rapport à 2002 ; la marque gère 4 boutiques aux États-Unis.

Les ventes de Thomas Pink sont en légère croissance par rapport à 2002, avec une baisse des ventes en Angleterre plus que compensée par une forte croissance aux États-Unis. Le réseau de distribution est de 36 magasins à fin 2003, en baisse de 3 par rapport à 2002 à la suite de fermetures en Grande-Bretagne.

Berluti poursuit sa forte croissance ; son chiffre d'affaires est en hausse de 25 % en devises locales, son réseau de vente est de 9 magasins à fin 2003.

Le développement des ventes de Pucci s'est accéléré, le succès de ses collections ayant permis une croissance de son chiffre d'affaires de 50 % par rapport à 2002. Pucci a ouvert 2 boutiques en 2003, la marque en gère désormais 10.

e-luxury, le site de vente des produits de luxe sur internet aux États-Unis a vu ses ventes progresser de 24 % en dollars US.

Le résultat opérationnel du groupe Mode et Maroquinerie s'établit à 1 311 millions d'euros, en croissance de 2 % par rapport à 2002. La marge opérationnelle s'établit à 32 %, en hausse de 2 points par rapport à 2002.

### 1.3. Groupe Parfums et Cosmétiques

	2003	2002	2001
<b>Ventes par ligne de produits (en %)</b>			
Parfums	59	62	61
Maquillage	21	21	22
Produits de soins	20	17	17
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %)</b>			
– France	20	20	20
– Europe Hors France	38	35	31
– Amériques	20	25	28
– Japon	8	7	7
– Asie hors Japon	8	8	8
– Autres marchés	6	5	6
	100	100	100
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	2 181	2 336	2 231
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	178	161	149
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	8	7	7
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	66	75	90

Le groupe Parfums et Cosmétiques réalise en 2003 un chiffre d'affaires de 2 181 millions d'euros, en baisse de 7 % par rapport à 2002 ; à devises et périmètre constants la croissance est de 4 %. Les variations de périmètre affectant la comparabilité des chiffres de 2003 et 2002 sont les suivantes : cession des sociétés américaines Urban Decay et Hard Candy en décembre 2002 et cession des activités sous licence de Michaël Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole en avril 2003.

Le niveau d'activité des quatre maisons françaises Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Kenzo et Parfums Givenchy a été très différent au premier et au deuxième semestre. En effet à fin juin leur chiffre d'affaires était en légère baisse à devises constantes, du fait de l'impact de la guerre en Irak et du SRAS sur les ventes en duty free, alors qu'il y a eu au deuxième semestre un rebond des ventes, générant une croissance de 7 % par rapport au même semestre de l'année précédente.

Les lancements de parfums : *L'Instant* de Guerlain, *Very Irresistible* de Givenchy et *KenzoAir* ont également contribué à la croissance des ventes en fin d'année.

Les ventes des lignes phare *J'Adore* de Parfums Christian Dior et *Flower by Kenzo* ont poursuivi leur progression, et les nouvelles gammes de soins ont reçu un très bon accueil.

Par marché, les ventes des quatre maisons françaises progressent sensiblement au Japon et en Allemagne ; les

marchés français et anglais sont en légère progression alors que le marché italien est en légère baisse ; les ventes aux États-Unis sont en retrait plus sensible. La maison Guerlain gère 23 boutiques dans le monde.

Le chiffre d'affaires de Parfums Loewe, marque essentiellement présente en Espagne, est en croissance de 13 % par rapport à l'année 2002.

Aux États-Unis, les sociétés Fresh et BeneFit Cosmetics poursuivent leur progression avec des ventes en hausse respectivement de 19 % et 34 % en dollars US ; ces deux marques gèrent chacune 5 boutiques.

Make Up For Ever, qui a un réseau de 4 boutiques voit son chiffre d'affaires 2003 à taux de change constants décroître légèrement.

Le chiffre d'affaires de la marque américaine Bliss, dont la cession a été décidée fin 2003, est en croissance de 5 % en dollars US ; la marque gère 3 spas.

Au total le résultat opérationnel du groupe Parfums et Cosmétiques s'établit à 178 millions d'euros, en croissance de 11 % par rapport à 2002. La rentabilité opérationnelle s'établit à 8 %, en croissance de 1 point par rapport à 2002.

## 1.4. Groupe Montres et Joaillerie

	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %)</b>			
– France	8	8	7
– Europe hors France	28	29	33
– Amériques	26	28	29
– Japon	16	14	13
– Asie hors Japon	12	12	10
– Autres marchés	10	9	8
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	100 502	100 552	100 548
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	(48)	(13)	27
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	(10)	(2)	5
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	21	31	26

Le chiffre d'affaires du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'élève à 502 millions d'euros, en baisse de 9 % par rapport à 2002 ; il reste identique à celui de l'année précédente à taux de change constants et après retraitement de la baisse des ventes de composants à des tiers.

Après un premier semestre laissant apparaître une baisse des ventes du fait d'un environnement économique défavorable, le second semestre a confirmé le redressement, avec une augmentation de 8 % particulièrement sensible sur les derniers mois de l'année.

La progression des ventes de Tag Heuer a repris en fin d'exercice après un début d'exercice difficile ; au total le chiffre d'affaires 2003 est en légère baisse à taux de change constants par rapport à 2002.

Le chiffre d'affaires de la Manufacture Zénith est en retrait par rapport à 2002, la croissance des ventes aux États-Unis et en Asie n'ayant pas compensé totalement la baisse constatée en Europe.

Les montres Dior poursuivent leur forte croissance sur l'ensemble des marchés avec une progression de plus de 30 % à taux de change comparables.

Les ventes de Chaumet sont en augmentation grâce au succès de ses produits, tout particulièrement au Japon ; la société gère désormais 28 magasins ou « shop in shop ».

Fred poursuit le développement de son réseau au Japon en ouvrant 3 nouvelles boutiques au sein de grands magasins. A fin décembre 2003, Fred gère 12 boutiques au total dont 6 au Japon.

Le chiffre d'affaires de Omas est en croissance sensible par rapport à l'année précédente.

La marque Ebel dont la cession a été décidée fin décembre 2003 réalise un chiffre d'affaires en forte baisse par rapport à 2002.

Le résultat opérationnel du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'établit à – 48 millions d'euros, en baisse de 35 millions d'euros par rapport à 2002.

## 1.5. Groupe Distribution sélective

	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) :</b>			
– France	29	26	25
– Europe hors France	11	9	8
– États-Unis	37	37	36
– Asie	18	23	26
– Autres marchés	5	5	5
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	3 039	3 337	3 493
<b>Résultat opérationnel (en millions d'euros)</b>	106	20	(213)
<b>Marge opérationnelle (en %)</b>	3	1	(6)
<b>Investissements opérationnels (en millions d'euros)</b>	114	75	207

Le chiffre d'affaires du groupe Distribution sélective s'élève à 3 039 millions d'euros en baisse de 9 % ; en devises locales les ventes augmentent de 1 %.

Les ventes de DFS exprimées en monnaies locales sont en baisse de 10 % par rapport à 2002. Les répercussions de la guerre de l'Irak et du SRAS ont été très négatives sur le tourisme asiatique, le chiffre d'affaires de DFS ayant ainsi été particulièrement affecté au premier semestre de 2003. Le deuxième semestre a permis un rapide rebond des ventes, et au quatrième trimestre de l'année 2003, les ventes ont retrouvé leur niveau de 2002.

La parité yen / dollar a également favorisé la reprise du tourisme japonais dans les Iles du Pacifique (Guam, Saïpan et Hawaï), alors que Hong Kong profite de plus en plus des déplacements des touristes venant de Chine ; DFS a également bénéficié de son implantation récente dans l'île japonaise d'Okinawa. Le redressement des ventes en fin d'année et de nouvelles réductions de coûts ont permis à DFS d'afficher en 2003 un résultat opérationnel légèrement positif.

Le chiffre d'affaires de Miami Cruiseline Services progresse de 13 % en dollars US. L'année 2003 a été marquée par une amélioration très nette de la fréquentation des bateaux de croisière et du niveau de dépenses dans les boutiques exploitées par Miami Cruiseline. La rentabilité de cette activité s'est fortement améliorée en 2003.

L'activité de Sephora a progressé à la fois en Europe et aux États-Unis.

En Europe, tous les pays sont en croissance par rapport à l'année précédente. Aux États-Unis, l'augmentation des ventes est à nouveau très forte, dépassant 20 % par rapport à 2002, le site internet Sephora.com enregistrant en 2003 une croissance de près de 50 %. Le réseau de distribution de Sephora atteint 500 unités à fin 2003, les principaux pays étant dans l'ordre, la France avec 184 boutiques puis l'Italie, les États-Unis, la Pologne, la Grèce et l'Espagne avec respectivement : 107, 82, 41, 40 et 18 boutiques. Au total, le réseau Sephora s'est accru de 24 magasins en 2003.

Le climat économique en France et la baisse de fréquentation touristique ont eu un effet négatif sur l'activité des grands magasins parisiens. Le chiffre d'affaires du Bon Marché est resté stable par rapport à 2002. La baisse de 6 % du chiffre d'affaires de La Samaritaine a également pour origine la perturbation due aux travaux de rénovation des surfaces de vente.

Le résultat opérationnel du groupe d'activités Distribution sélective s'établit en 2003 à 106 millions d'euros, il était de 20 millions d'euros en 2002 ; le redressement de la profitabilité de Sephora est le facteur principal de cette forte amélioration. La rentabilité opérationnelle ressort à 3 %.

## 1.6. Groupe Autres activités

En 2003 sont regroupés dans ce groupe, le pôle Média géré par DI Group (ex Desfossés International), l'activité de ventes aux enchères de l'Étude Tajan, cédée fin décembre 2003. En 2002 et 2001 cette rubrique incluait les activités de Phillips. Le magazine américain Art & Auction consolidé en 2002 a été cédé début 2003.

Le joint-venture De Beers LV est consolidé par intégration proportionnelle à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2003.

Les Autres activités intègrent également les frais de siège et l'élimination des ventes et marges réalisées entre groupes d'activités, principalement entre les différentes maisons et les entités du groupe d'activités de la Distribution sélective.

Le chiffre d'affaires de DI Group affiche une baisse de 1 % par rapport à 2002. Les deux titres principaux La Tribune et Investir ont de nouveau été affectés par une baisse des revenus de publicité. La diffusion OJD de La Tribune a progressé de 2 % en moyenne sur l'année 2003 par rapport à 2002, les abonnements progressant pour leur part de 1 %.

Les chiffres d'affaires de Connaissance des Arts, Radio Classique et System TV progressent par rapport à 2002, alors que SID Editions, éditeur du magazine Défis, voit son chiffre d'affaires baisser légèrement.

La dégradation du résultat opérationnel de DI Group a pu être limitée par la mise en œuvre de nouvelles réductions de coûts.

De Beers LV a ouvert 3 « shop in the shop » en 2003 au sein de grands magasins japonais ; les ventes de la boutique de Londres se développent conformément aux objectifs.

Le résultat opérationnel de ce Groupe d'activités s'établit en 2003 à – 161 millions d'euros contre – 190 millions d'euros en 2002.

## 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, sont source 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 agir contre la contrefaçon des produits Louis Vuitton, un plan d'actions a été développé, ayant pour objectif une collaboration étroite, dans les pays concernés, avec les autorités gouvernementales, les douanes et les avocats spécialistes de ces questions. Le Groupe est aussi très présent dans l'ensemble des organismes regroupant les grands noms de l'industrie du luxe, afin de promouvoir des actions concertées et un message commun au niveau mondial, seuls gages de succès. Le Groupe lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, 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; cette lutte a représenté en 2003 un coût de 12 millions d'euros.

### **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 2002 et 2003, environ 30 % des ventes ont été faites sur le quatrième trimestre. Ce chiffre est moins significatif pour 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 sensiblement le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

### **Le Groupe est soumis aux risques et incertitudes liés à une présence internationale.**

Les risques et incertitudes liés à une présence internationale sont de diverses natures : il s'agit des évolutions des devises, qui peuvent affecter les opérations réalisées ou le pouvoir d'achat de la clientèle, ainsi que la valeur des actifs d'exploitation localisés à l'étranger ; il s'agit aussi des évolutions économiques qui ne sont pas nécessairement simultanées d'un pays à l'autre ; il s'agit enfin des réglementations douanières ou restrictions à l'importation que peuvent imposer certains pays, et qui le cas

échéant peuvent être pénalisantes pour le Groupe. Des commentaires développés sur le mode de gestion des risques de change figurent ci-après, dans le chapitre « Éléments de politique financière ».

Il importe toutefois de souligner que, 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 55 % du chiffre d'affaires total de 2003.

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 au risque 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 les 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 175 jours d'audit ont été consacrés, par des cabinets d'ingénieurs, en 2003.

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 du risque du groupe LVMH s'appuie principalement sur le transfert de ses risques aux marchés de l'assurance, à des conditions financières raisonnables dans le cadre de l'offre disponible sur ces marchés en termes de nature de garanties et de limites de couverture. Les limites des couvertures d'assurance résultent des contraintes imposées par le marché de l'assurance.

Par rapport aux capacités financières du Groupe, le niveau d'auto assurance des risques n'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 retrait de produits :

#### *Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation*

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

Les garanties de dommages aux biens sont délivrées à hauteur des capitaux exposés, les garanties de pertes d'exploitation couvrent la marge brute des sociétés du Groupe sur une période d'indemnisation qui varie, selon l'exposition aux risques, de 12 à 24 mois. La capacité la plus élevée de ce programme est de 830 millions d'euros.

Les garanties « événements naturels », accordées dans le cadre du programme mondial d'assurance de dommages du Groupe, sont limitées à 50 millions d'euros par sinistre et 150 millions d'euros par an. Ces niveaux sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.

#### *Assurance transport*

L'ensemble des entités opérationnelles du Groupe sont couvertes par un contrat d'assurance transport « Stock et Transit ». Les limites du programme sont de l'ordre de 50 millions d'euros et correspondent au risque maximal en cours de transport.

#### *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 par le Groupe.

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

Les risques liés à l'environnement et à la pollution accidentelle sont couverts dans le cadre de ce programme.

Dans les pays où il n'existe pas de couverture des accidents du travail dans le cadre d'organismes publics, des programmes d'assurances spécifiques sont souscrits, c'est notamment le cas aux États-Unis. Les niveaux de couverture sont conformes aux obligations légales imposées par les différents États.

### III. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

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

- La concentration sur les marques les plus prometteuses, se traduisant par un allègement du bilan et par la réduction de la dette financière consolidée. Le Groupe a ainsi procédé à la cession d'actions d'autocontrôle, du champagne Canard Duchêne, du cognac Hine, des licences parfums et cosmétiques de Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole, des activités mode de Michael Kors et de divers biens immobiliers. Ajoutées aux fonds substantiels générés en 2003 par l'exploitation, ces cessions ont permis de réaliser à nouveau une réduction significative de la dette du Groupe. La dette financière nette a ainsi été réduite de 16 % en 2003, passant de 6 482 millions d'euros fin 2002 à 5 427 millions d'euros fin 2003.
  - L'amélioration de la structure financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
    - le niveau élevé des capitaux propres ;
    - la diminution sensible de l'endettement brut comme 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 japonaise et celle plus prononcée encore de la devise américaine vis-à-vis de l'euro, d'obtenir des cours de couverture largement plus avantageux que les cours moyens de l'année pour ce qui concerne le yen comme pour ce qui concerne le dollar.
  - La consolidation à moyen terme de l'endettement du Groupe, avec la mise en place au cours de l'année de plus d'un milliard d'euros de financement dont la maturité originelle excède 5 ans.
  - Le développement de la communication financière crédit,
- aux côtés de la communication destinée aux actionnaires, dans le prolongement de la publication en 2002 de la notation long terme BBB+ de LVMH par Standard & Poor's.
- Une homogénéisation des conditions juridiques des emprunts du Groupe : les engagements de respect de certains ratios financiers sont progressivement alignés sur ceux consentis à l'occasion du crédit syndiqué de décembre 2002, qui sont relatifs à la couverture de la dette nette par les flux financiers de l'année. Le niveau de ces ratios s'est en 2003 éloigné des seuils critiques, de telle sorte que le Groupe dispose d'une forte flexibilité financière au regard de ces engagements.
  - L'extension et la diversification limitée de la politique de placement, dans un contexte d'accroissement du montant global des disponibilités et des valeurs mobilières de placement, ainsi que la recherche pour une part restreinte de celles-ci d'une rentabilité plus élevée que celle d'un placement monétaire.
  - La diminution des frais financiers.

Les frais financiers nets diminuent sensiblement en 2003 : ils atteignent 233 millions d'euros, contre 294 millions d'euros en 2002, soit une baisse de 21 %. Cette diminution résulte pour l'essentiel de la baisse d'environ 17 % de la dette financière nette moyenne, et à un moindre degré de celle des taux d'intérêt. Le Groupe a pu continuer à bénéficier de ces taux d'intérêt peu élevés en 2003 grâce à une politique de gestion accordant 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, associant ceux-ci aux bonnes performances de l'année :
    - paiement d'un acompte sur le dividende 2003 de 0,22 euro dès décembre 2003 ;
    - versement d'un dividende hors avoir fiscal par action de 0,85 euro pour l'exercice, en progression de 6,5 % par rapport à l'année précédente. Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 416 millions d'euros au titre de l'exercice 2003, 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 ventes et les résultats du Groupe exprimés en euros, et rendre difficiles les comparaisons de ses performances d'une année sur l'autre.

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

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

- **Exposition aux risques de taux**

L'exposition du Groupe au risque de taux peut être appréciée au travers du montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 5,4 milliards d'euros environ au 31 décembre 2003. La dette brute est répartie à hauteur de 72 % à taux fixe ou à taux variable plafonné par caps, et à hauteur de 28 % 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 l'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 – principalement en couverture des plans de stock-options – et à sa participation dans la société Bouygues, risque en grande partie provisionné. Des actions peuvent aussi être détenues par certains des fonds dans lesquels le Groupe a investi. Le Groupe utilise parfois, de façon mesurée, des produits dérivés pour gérer ses positions.

- **Exposition aux risques de liquidité**

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu matériels, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière nette à court terme soit 1,0 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,4 milliard d'euros. Au regard du non renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,7 milliards d'euros.

La liquidité du Groupe résulte ainsi de l'ampleur de ses placements, de l'importance de ses financements à long terme, de la diversité de sa base d'investisseurs (obligations et papier court terme), ainsi que de 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 vente 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 Variation de la trésorerie consolidée

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

La capacité d'autofinancement dégagée par le Groupe en 2003 s'est élevée à 1 949 millions d'euros, contre 1 518 millions un an plus tôt, soit une progression de 28 %.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 107 millions d'euros. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie à hauteur de 222 millions d'euros, du fait principalement de la reconstitution des stocks de Louis Vuitton, Moët & Chandon et Hennessy. Les postes clients et fournisseurs sont gérés de façon rigoureuse, puisque les comptes clients ne suscitent un besoin limité à 1 million d'euros sur l'année, tandis que dans le même temps les comptes fournisseurs contribuent positivement, pour 88 millions d'euros, à la variation de trésorerie.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est largement positive, atteignant 1 842 millions d'euros.

Le solde net des opérations d'investissement – acquisitions et investissements opérationnels – et des cessions se traduit par un décaissement de 751 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe constituent un débours de trésorerie de 578 millions d'euros, contre 559 millions en 2002. Leur stabilisation reflète la persistance de la sélectivité 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 59 millions d'euros, et le solde des incidences des variations du périmètre de consolidation un montant de 209 millions d'euros. En particulier, les effets sur la trésorerie du Groupe du rachat et du paiement échelonné de certains des intérêts minoritaires dans Fendi ont pesé à hauteur de 277 millions d'euros, et l'achat de ceux dans Rossimoda et dans La Brosse & Dupont à hauteur de 71 millions d'euros. En sens inverse, les cessions de sociétés anciennement consolidées ont contribué positivement pour plus de 160 millions d'euros.

Cette dernière somme résulte notamment de la cession des activités mode de Michael Kors, des licences parfums et cosmétiques de Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole, ainsi que de la cession du cognac Hine et du champagne Canard Duchêne.

Les cessions d'actifs immobilisés (actifs non financiers et titres de participation non consolidés) ont eu un effet positif sur la trésorerie de 95 millions d'euros. Cette somme résulte principalement de la cession d'actifs immobiliers.

La contribution de minoritaires à l'augmentation de capital de filiales consolidées par intégration globale a apporté 70 millions d'euros.

Les cessions de titres LVMH effectuées par le Groupe, nettes des acquisitions, ont généré au cours de l'année un apport de trésorerie de 196 millions d'euros.

Les dividendes versés en 2003 par LVMH S.A., hors actions d'autocontrôle, se sont élevés à 374 millions d'euros, dont 271 millions d'euros distribués en juin au titre du solde du dividende 2002 et 103 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2003. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 74 millions d'euros.

Les excédents de trésorerie, après toutes opérations de gestion, d'investissement, et après versement des dividendes, ont ainsi atteint 909 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 2 114 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 1 452 millions d'euros. Le Groupe a notamment procédé en avril à une émission obligataire publique à 7 ans d'un montant nominal de 750 millions d'euros. En outre, LVMH 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 447 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 1 002 millions d'euros au cours de l'année.

Les acquisitions de valeurs mobilières de placement, nettes des cessions, se sont élevées à 170 millions d'euros, principalement dans des parts de fonds.

A l'issue des opérations de l'année, la trésorerie s'élève à 603 millions d'euros.

### 3.3 Structure financière

En 2003, LVMH a poursuivi avec succès l'amélioration de sa structure financière et l'allègement de son bilan. L'ampleur de la génération de fonds opérationnelle, les cessions d'actifs effectuées et, dans une moindre mesure, la dégrue de la devise américaine contre l'euro ont à nouveau permis une réduction sensible de la dette financière nette.

Le total du bilan consolidé de LVMH s'élève au 31 décembre 2003 à 20 543 millions d'euros, soit une contraction de 4 % par rapport aux 21 417 millions existant au 31 décembre 2002.

L'actif immobilisé représente 12 619 millions d'euros, contre 13 490 millions fin 2002 ; il atteint ainsi 61 % du total du bilan, contre 63 % un an plus tôt.

Les immobilisations incorporelles baissent, à 7 312 millions d'euros contre 7 830 millions fin 2002. Les marques et autres immobilisations incorporelles diminuent, et représentent 3 902 millions d'euros contre 4 199 millions un an plus tôt, du fait principalement de la dépréciation de la marque Ebel. Les écarts d'acquisition après amortissement diminuent eux aussi, à 3 410 millions d'euros contre 3 631 millions fin 2002, malgré l'achat de certains des minoritaires de Fendi, de Rossimoda et de La Brosse & Dupont, en raison de l'amortissement régulier des écarts d'acquisition et des effets de la baisse du dollar contre l'euro au cours de l'année 2003.

Les immobilisations corporelles, après amortissement, diminuent légèrement, à 3 668 millions d'euros contre 3 850 millions fin 2002. Cette baisse résulte de la modération des investissements opérationnels, concentrés sur le réseau de magasins, et des cessions opérées : Canard Duchêne, cognac Hine, licences parfums et cosmétiques de Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole, quelques actifs immobiliers... ainsi que des effets de l'appréciation de l'euro.

Les immobilisations financières diminuent légèrement, à 1 639 millions d'euros, contre 1 810 millions un an auparavant.

Les stocks restent stables, à 3 415 millions d'euros, soit un montant inchangé par rapport au 31 décembre 2002. Cette évolution reflète la vigueur des ventes en fin d'année ainsi que l'effet favorable des variations de change, malgré la poursuite de la reconstitution des stocks de Louis Vuitton, Moët & Chandon et Hennessy.

Les disponibilités et valeurs mobilières de placement augmentent légèrement à 1 054 millions d'euros, contre 872 millions un an plus tôt.

Les capitaux propres part du Groupe, avant affectation du résultat, restent stables à 7 034 millions d'euros. Les intérêts

minoritaires sont eux aussi stables à 1 735 millions d'euros. L'année a vu se réaliser, en application d'accords antérieurs et en diminution de nos engagements hors bilan, l'acquisition d'une partie supplémentaire des minoritaires dans Fendi. Ceci a été compensé par la contribution du minoritaire à l'augmentation de capital de DFS réalisée en mars et par la part des minoritaires dans le résultat de l'année.

Le total des capitaux propres s'établit à 8 769 millions d'euros, représentant 43 % du total de bilan.

Le passif à moyen et long terme s'élève à fin décembre à 5 656 millions d'euros, dont 4 365 millions au titre de la dette financière. Sa part relative dans le total de bilan est pratiquement inchangée, à 27 % de celui-ci.

Les capitaux permanents atteignent 14 425 millions d'euros, et dépassent le montant des actifs immobilisés.

Le passif à court terme s'établit à 6 118 millions d'euros au 31 décembre 2003, contre 6 601 millions fin 2002, en raison essentiellement de la diminution des dettes financières à court terme, revenues à 2 116 millions d'euros, contre 2 578 millions un an plus tôt. Sa part dans le total de bilan diminue légèrement à 30 %, contre 31 % fin 2002.

La dette financière à court et à long terme, nette des placements et des disponibilités, ressort au 31 décembre 2003 à 5 427 millions d'euros. Elle représente 62 % du montant des capitaux propres, contre 73 % au 31 décembre 2002.

La politique de réduction de la dette financière, entamée fin 2001 par la cession de la participation dans Gucci, a donc à nouveau porté ses fruits en 2003 puisque la dette financière nette a diminué de 1 055 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 4 980 millions d'euros, soit 57 % des capitaux propres.

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

Les lignes de crédit confirmées s'élèvent à environ 4,4 milliards d'euros. Elles ne sont tirées qu'à hauteur de 0,7 milliard. Les lignes de crédit confirmées non tirées excèdent donc substantiellement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2003 a été réduit à 445 millions d'euros contre 1 447 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 :

- Vins et Spiritueux : les wineries Newton et MountAdam.
- Mode et Maroquinerie : Fendi, Donna Karan International, Pucci.
- Parfums et Cosmétiques : Fresh, Acqua di Parma.
- Distribution sélective : La Samaritaine.

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, afin d'offrir aux clientèles les meilleurs produits.

Sur les trois derniers exercices, les frais de communication ont représenté les montants suivants :

	en millions d'euros	en % du chiffre d'affaires
2001	1 371	11,2 %
2002	1 443	11,4 %
2003	1 409	11,8 %

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

En matière de recherche et développement, l'investissement sur les trois derniers exercices s'est élevé à 101 millions d'euros.

Au-delà de l'investissement dans les marques, les 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.

Pour 2003, les investissements opérationnels se sont concentrés sur le développement des réseaux de boutiques essentiellement pour Louis Vuitton et Sephora ; des travaux de réhabilitation de bâtiments de l'ensemble immobilier de La Samaritaine ont également été réalisés.

Les montants d'investissements opérationnels (acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles) pour les trois derniers exercices sont les suivants :

2001	: 984 millions d'euros.
2002	: 559 "
2003	: 578 "

## V. DONNÉES SOCIALES

### 5.1 Effectif

L'effectif moyen du groupe LVMH en 2003 est de 54 960 personnes dont plus de 60 % hors de France.

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

	Nombre	%
Vins et Spiritueux	4 908	8,9
Mode et Maroquinerie	16 709	30,4
Parfums et Cosmétiques	13 010	23,7
Montres et Joaillerie	2 309	4,2
Distribution sélective	17 123	31,2
Autres	901	1,6
<b>Total</b>	<b>54 960</b>	<b>100,0</b>

#### 5.12 Répartition par zone géographique :

	Nombre	%
France	19 600	35,7
Europe	10 913	19,9
Amérique du Nord	10 434	19,9
Amérique du Sud	1 612	2,9
Asie Pacifique	8 327	15,2
Japon	4 074	7,4
<b>Total</b>	<b>54 960</b>	<b>100,0</b>

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

	%
Cadres	19,8
Techniciens et Agents de Maîtrise	16,0
Employés	36,6
Ouvriers	27,6
<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 2003 ont concerné 1 943 personnes sous Contrats à Durée Indéterminée et 4 723 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	24,0
Mode et Maroquinerie	6,4
Parfums et Cosmétiques	9,7
Montres et Joaillerie	0,4
Distribution sélective	59,2
Autres	0,2
<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, 1 062 départs de salariés en contrat à durée indéterminée ont été enregistrés en 2003, dont 34 % 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 2003, 80,2 % des effectifs en France, soit 15 284 salariés, étaient concernés par des formes d'aménagement du temps de travail. Parmi celles-ci :

	%
Salariés avec horaires variables / aménagés	52,1
Salariés ayant bénéficié de repos compensateur	16,7
Salariés à temps partiel : moins de 20 heures	4,9
Salariés à temps partiel : entre 20 et 30 heures	9,2
Salariés à temps partiel : plus de 30 heures	1,9
Salariés en 2 x 8 sur toute l'année	5,3
Salariés en 2 x 8 courte période	5,2
Salariés travaillant de nuit	1,2
Bénéficiaires de Congé de Fin de Carrière	0,4
Bénéficiaires de Congé Parental	3,0

### 5.5 Absentéisme CDI et CDD et ses motifs

Le taux d'absentéisme est de 6,9 % en France.

### 5.6 Rémunération et évolution

La rémunération brute moyenne mensuelle en 2003 des salariés en France sous contrat à durée indéterminée, présents tout au long de l'année, est la suivante :

Rémunération brute moyenne mensuelle en 2003 (en euros)	Effectif concerné nombre	%
moins de 1 500	4 122	28,0
de 1 500 à 2 250	4 642	32,0
de 2 250 à 3 000	2 797	19,0
plus de 3 000	3 086	21,0
<b>Total</b>	<b>14 647</b>	<b>100,0</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, il représente 10,5 % de la masse salariale.

(en millions d'euros)

Masse salariale brute - contrats à durée déterminée ou déterminée	573,0
Charges sociales patronales	260,4
Travail temporaire	46,8
Mise à disposition de personnels par des prestataires extérieurs	40,9
<b>Total frais de personnel</b>	<b>921,1</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 70,1 millions d'euros :

(en millions d'euros)

Participation	41,7
Intéressement	22,3
Abondement aux plans d'épargne	6,0
<b>Total</b>	<b>70,1</b>

En 2001, LVMH a mis en place un plan mondial d'options d'achat d'actions et, à ce titre, attribué 25 options d'achat d'actions LVMH à 44 669 salariés du Groupe. La parité est de une action pour une option.

### 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 contrats à durée indéterminée en France, selon les catégories socio-professionnelles :

	%
Cadres	52,3
Techniciens et Agents de Maîtrise	68,6
Employés	73,9
Ouvriers	64,2
<b>Total</b>	<b>65,8</b>

Cette répartition entre hommes et femmes se constate également dans le domaine du recrutement. Ainsi sur les 6 700 personnes recrutées en 2003, 67 % sont des femmes. Leur répartition selon les catégories socio-professionnelles est la suivante :

	%
Cadres	55,6
Techniciens et Agents de Maîtrise	77,1
Employés	73,1
Ouvriers	50,0
<b>Total</b>	<b>66,9</b>

Parmi les Jeunes Diplômés recrutés, deux sur trois 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 2003, les représentants du personnel ont participé à plus de 1 400 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'Entreprise	613
Délégué du personnel	406
Comité d'Hygiène et de Sécurité	196
Autres	245
<b>Total</b>	<b>1 460</b>

Ces réunions ont notamment permis la signature de 78 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 2003, il a été dénombré en France 583 accidents de travail ou de trajets avec arrêt de travail, qui se sont traduits par 14 880 journées de travail perdues.

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

	Nombre d'accidents
Vins et Spiritueux	118
Mode et Maroquinerie	89
Parfums et Cosmétiques	144
Montres et Joaillerie	7
Distribution sélective	223
Autres	2
<b>Total</b>	<b>583</b>

10,2 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 1,8 % de la masse salariale brute.

Plus de 4 700 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 2003 par les sociétés du Groupe en France a représenté un montant de 24,3 millions d'euros, soit 4,2 % de la masse salariale. L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein a été de 1 277 euros.

Ce montant a permis la réalisation de 51 000 journées de formation. 41 % des salariés ont bénéficié d'au moins un jour de formation au cours de l'année.

Par ailleurs, près de 1 300 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 1,9 million d'euros.

### 5.14 Œuvres sociales

En 2003, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de 9 millions d'euros à des activités sociales et culturelles : contributions 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 72,8 millions d'euros. Dans ce cadre, il a été procédé aux versements suivants :

(en millions d'euros)	
Décès, invalidité	6,8
Retraites	40,6
Mutuelles	7,3
Frais de restauration du personnel	9,0
Subventions aux Comités d'Entreprises	9,1
<b>Total</b>	<b>72,8</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 2003.

Les principales sociétés du Groupe de grande taille, Hennessy, Moët & Chandon, Veuve Clicquot, 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 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 culturel, 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 250 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 de reporting des indicateurs environnementaux

Le reporting des indicateurs environnementaux, mis en place en 1999 dans quelques sociétés, a de nouveau été étendu en 2003. Il couvre désormais :

- pour les sociétés avec activité de production (Vins & Spiritueux, Parfums & Cosmétiques, Mode & Maroquinerie, Montres & Joaillerie) : les sites de production et les entrepôts détenus et exploités par ces sociétés ;
- pour les activités sans production (Distribution sélective) : les boutiques françaises de Sephora, ainsi que La Samaritaine et Le Bon Marché ;
- les principaux sites administratifs situés en France.

Le périmètre a évolué en 2003 en raison de :

- la vente de certaines marques ou activités, en particulier Canard Duchêne ;
- l'intégration des sites administratifs français de la Holding, de Sephora, Hennessy, Chandon Estates, Moët & Chandon, Veuve Clicquot Ponsardin, Louis Vuitton Malletier, Céline, Guerlain, Parfums Givenchy ;
- l'amélioration du reporting, qui a permis d'intégrer les données de sites non inclus en 2002 : Château d'Yquem, trois sites de Loewe, deux filiales de Hennessy et Rossimoda.

En 2003 le reporting porte sur 365 sites (306 sites en 2002). Seuls 20 sites sont encore exclus, leurs impacts sur l'environnement étant toutefois non significatifs par rapport aux impacts à l'échelle du Groupe.

Le reporting n'intègre pas :

- les impacts sur l'environnement (eau, énergie,...) des bâtiments administratifs non mentionnés ci-dessus et des boutiques exploitées directement ou en franchise des branches Parfums & Cosmétiques et Mode & Maroquinerie,
- les effets des flottes de véhicules propriété du Groupe et utilisées pour les déplacements du personnel,
- les consommations d'énergie liées au transport des marchandises, exclusivement réalisé par des prestataires extérieurs.

Conformément au décret n°2002-221 du 20 février 2002, dit « décret NRE » 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

### 6.2.1. Consommation d'eau :

La consommation d'eau est analysée sur la base des utilisations suivantes :

- besoins « process » : utilisation de l'eau pour les opérations de nettoyage (cuves, produits, appareils, sols), la climatisation, le personnel,... L'eau ainsi consommée génère des eaux usées.
- besoins agricoles : utilisation de l'eau à des fins d'irrigation de vignes hors de France, l'irrigation n'étant pas pratiquée en France. Dans ce cadre, l'eau est prélevée directement du milieu naturel pour être utilisée en irrigation. Son utilisation d'une année sur l'autre est étroitement liée aux variations climatiques.

(en m <sup>3</sup> )	2003	2002	% évolution
Besoins process	1 539 904	1 772 927	(15)
Besoins agricoles (irrigation vignes)	995 847	560 626	44(*)

(\*) Augmentation due à l'intégration en 2003 des consommations de : Cape Mentelle, Cloudy Bay, Newton, Mountadam, Bodega Chandon Argentina.

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » a diminué de 15 % de 2002 à 2003, en raison de nombreuses mesures d'économie :

- le Bon Marché et La Samaritaine ont remplacé un climatiseur à eau perdue par un climatiseur en circuit fermé ; La Samaritaine a également mis en place un nouveau système de gestion automatisée de l'eau ; au total, plus de 100 000 m<sup>3</sup> d'eau ont été ainsi économisés.
- dans les maisons de Champagne et chez Hennessy, les optimisations techniques (laveuses de bouteilles en circuit fermé,...) et les bonnes pratiques des opérateurs ont continué à porter leurs fruits en 2003 : elles ont conduit à une diminution de 26 % de l'eau consommée.

(en m <sup>3</sup> )	Besoins process	% évolution
Vins et Spiritueux	520 036	(26)
Parfums et Cosmétiques	438 368	(6)
Mode et Maroquinerie	106 428	4
Montres et Joaillerie	24 642	4
Distribution sélective	428 278	(24)
Holding	22 152	ND
<b>Total</b>	<b>1 539 903</b>	<b>(15)</b>

L'utilisation d'eau pour l'irrigation des vignobles hors France est absolument nécessaire à la vie des pieds de vignes en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande. Cette pratique est étroitement encadrée par les autorités locales qui délivrent des permis pour le prélèvement d'eau, et le Groupe a également pris des mesures pour en limiter l'utilisation :

- récupération d'eau de pluie chez Domaine Chandon Californie, Domaine Chandon Australie, Mountadam, Bodega Chandon Argentina ; réutilisation d'eaux usées retraitées chez Domaine Chandon Carneros, Californie ; récupération d'eaux de ruissellement par la création de lacs artificiels chez Newton.
- mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau : analyses de l'humidité du sol, des feuilles, inspections visuelles des vignes, adaptation de l'approvisionnement selon les besoins de chaque parcelle (MountAdam, Domaine Chandon Australie),
- pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte : entre 73 et 100 % des surfaces viticoles sont désormais couvertes par cette pratique,
- anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation (stations météorologiques chez Domaine Chandon Californie),
- vérifications périodiques des systèmes d'irrigation pour éviter les risques de fuites,
- pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui, à la fois, limite l'utilisation de l'eau et améliore la qualité des raisins, la taille de la vigne permettant une concentration des arômes et de la couleur.

#### 6.2.2. Consommation d'énergie :

Celle-ci correspond à la somme des sources d'énergie utilisées en interne (c'est-à-dire dont la combustion a lieu sur le site du Groupe : fioul de groupes électrogènes, butane, propane, gaz naturel) et en externe (c'est-à-dire dont la combustion se fait hors site : électricité, vapeur).

La consommation d'énergie du Groupe a diminué de 7 % en 2003.

Consommation d'énergie en MWh	2003	2002	% évolution
Vins et Spiritueux	101 110	103 208	(2)
Parfums et Cosmétiques	104 707	94 177	10
Mode et Maroquinerie	54 120	93 566	(74)
Montres et Joaillerie	8 771	8 679	1
Distribution sélective	87 519	88 025	(1)
Holding	5 185	ND	ND
<b>Total</b>	<b>361 411</b>	<b>387 655</b>	<b>(7)</b>

Pour 2003, la répartition des sources d'énergie est la suivante :

(en MWh)	Electricité	Gaz naturel	Fioul	Autres
Vins et Spiritueux	45 189	40 436	12 018	3 466
Parfums et Cosmétiques	45 676	49 575	9 456	0
Mode et Maroquinerie	30 617	17 676	1 449	4 379
Montres et Joaillerie	3 067	2 940	2 764	0
Distribution sélective	71 157	6 343	114	9 905
Holding	4 575	-	-	610
<b>Total</b>	<b>200 280</b>	<b>116 970</b>	<b>25 802</b>	<b>18 360</b>

Veuve Clicquot Ponsardin a lancé en 2003 sur son site principal de production un projet de rationalisation de l'approvisionnement énergétique. Les premières pistes d'amélioration étaient de :

- regrouper les chaufferies pour éviter les surcapacités installées, et améliorer la régulation,
- mettre hors service les chaufferies obsolètes,
- remplacer les installations au fioul par des installations au gaz naturel.

En 2003, deux chaufferies fioul sur trois ont été mises hors service, compensées par le regroupement en une de deux chaufferies principales, la récupération de la chaleur des fumées de combustion et l'ajout d'une chaufferie au gaz naturel. Les gains attendus sur les consommations d'énergie sont de l'ordre de 25 %.

### 6.2.3. Consommations de matières premières :

Le critère retenu pour la consommation de matières premières est la quantité, en tonnes, d'emballages consommés ; le tableau ci-dessous présente les consommations par type d'emballages en 2003 :

(en tonnes)	Emballages mis sur le marché	Verres	Papier-carton	Plastiques	Métal	Autres matériaux d'emballages
Vins et Spiritueux	106 113	95 111	9 437	248	640	677
Parfums et Cosmétiques	18 988	8 538	3 681	4 960	1 128	681
Mode et Maroquinerie	2 533	–	2 530	3	–	–
Montres et Joaillerie	214	1	147	16	9	42
Distribution sélective	576	36	423	117	–	–
<b>Total</b>	<b>128 424</b>	<b>103 686</b>	<b>16 218</b>	<b>5 344</b>	<b>1 777</b>	<b>1 400</b>

En raison de la diversité des activités du Groupe, le critère commun retenu pour la mesure de la consommation de matières premières est en effet la quantité d'emballages primaires et secondaires mis sur le marché à destination des consommateurs :

- Vins & Spiritueux : bouteille, carton, capsule,...
- Parfums & Cosmétiques : flacon, étui,...
- Mode & Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets,...
- Montres & Joaillerie : emballages des étuis et écrins,...
- Distribution sélective : sacs boutiques, pochettes, coffrets,... Pour la société Sephora, les chiffres retenus comprennent l'ensemble des emballages des produits de marque Sephora remis aux consommateurs distribués à l'échelle monde.

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

### 6.3 Conditions d'utilisation des sols ; 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 provenant du passé. Enfin, les activités de production exercées par les sociétés du Groupe utilisent peu les sols, en dehors de la viticulture.

La pratique de la viticulture raisonnée, méthode alliant une grande technicité au respect de la tradition, recouvre toutes

les étapes de la vie du vignoble. Utilisée depuis plusieurs années par le groupe d'activités Vins et Spiritueux, elle a été développée cette année. Au-delà du cadre de son propre vignoble, en totalité en viticulture raisonnée, Veuve Clicquot a continué à associer ses fournisseurs de raisin à cette démarche : depuis quatre ans, tous les livreurs qui le souhaitent peuvent trouver l'assistance technique nécessaire auprès d'un ingénieur agronome, engagé à temps plein pour servir de relais entre les instances techniques champenoises et les vignerons travaillant avec Veuve Clicquot. Comme l'année passée, 80 % des surfaces viticoles sont ainsi couvertes.

En 2002 et 2003, a été mené un projet de recherche en partenariat avec l'INSEAD visant à évaluer la contribution de la démarche « développement durable » dans la stratégie de développement de l'entreprise. Focalisé sur l'approvisionnement en raisins, ce projet s'est traduit par la mise en place d'un plan d'amélioration sur trois axes : innovation, communication et environnement.

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

Compte tenu des activités du Groupe, les seules émissions significatives pour l'environnement sont celles de gaz à effet de serre.

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 2. Elles incluent les émissions directes (combustion sur site) et les émissions indirectes (provenant de la production d'électricité utilisée par les sites). En cohérence avec la réduction de la consommation d'énergie par rapport à 2002, ces émissions de gaz à effet de serre ont diminué de 10 %.

	Émissions de CO <sub>2</sub> en 2003	% Évolution par rapport à 2002	Émissions de CO <sub>2</sub> directes	Émissions de CO <sub>2</sub> indirectes
Vins et Spiritueux	19 477	(4)	12 160	7 317
Parfums et Cosmétiques	15 768	11	11 963	3 805
Mode et Maroquinerie	11 012	(63)	4 946	6 066
Montres et Joaillerie	1 792	16	1 329	463
Distribution sélective	8 817	(6)	1 303	7 514
Holding	455	ND	–	455
<b>Total</b>	<b>57 321</b>	<b>(10)</b>	<b>31 701</b>	<b>25 620</b>

Dans le cadre de son projet de rationalisation des chaudières, Veuve Clicquot Ponsardin prévoit une réduction de 10 % de ses émissions directes de gaz à effet de serre en 2 ans, soit 262 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> en moins.

Dans un souci d'amélioration de la connaissance de ses impacts sur l'environnement, Hennessy a mis en place un protocole de mesure de calcul des émissions de gaz à effet de serre de ses chaudières de distillerie. Au-delà de toute exigence réglementaire, cette démarche volontaire va permettre de mieux caractériser les rejets des chaudières et, suivant les résultats, de définir des axes d'amélioration.

Hennessy a maintenu le choix de privilégier le transport de ses produits par bateau et par rail, un mode de transport qui émet 85 fois moins d'émissions de gaz à effet de serre que l'avion : 90 % en tonnes.kilomètres des produits Hennessy ont été ainsi expédiés par ce mode de transport.

Louis Vuitton Malletier a lancé deux actions majeures en vue de diminuer l'impact sur l'environnement du transport de ses produits :

- transport par bateau plutôt que par avion. À fin 2003, 30 % en volume des produits de maroquinerie ont été ainsi expédiés par la mer ; l'objectif est d'atteindre au moins 50 % à fin 2004.
- transport combiné rail / route pour la liaison entre l'atelier de Barbera, en Espagne et le centre logistique de Cergy. Cela a permis sur l'année une réduction de 105 400 tonnes de CO<sub>2</sub> par rapport à un transport sur route.

### 6.3.3 Émissions dans l'eau

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 par les Vins et Spiritueux, et Parfums et Cosmétiques, de substances concourant à l'eutrophisation. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de l'oxygénation des eaux, néfaste pour l'environnement. Le paramètre utilisé est la demande chimique en oxygène (DCO), calculée après traitement des effluents dans les stations détenues en propres ou dans les stations externes avec lesquelles les sites ont des conventions. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : assainissement collectif, assainissement autonome (bassin d'aération) et épandage.

(tonne/an)	DCO après traitement
Vins et Spiritueux	51,0
Parfums et Cosmétiques	33,3
<b>Total</b>	<b>84,4</b>

Sur le site de Guerlain de Chartres, une station de traitement des effluents a été construite et mise en route courant 2003. Elle est composée d'un bassin d'homogénéisation et de traitement biologique suivi d'un dispositif de méthanisation, permettant un taux d'épuration de la DCO supérieur à 90 %.

Château d'Yquem a mis en place un nouveau dispositif de traitement de ses effluents vinicoles et eaux usées.

### 6.3.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 82 % des déchets ont été valorisés contre 72,4 % en 2002

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

Le terme recyclage englobe également la valorisation organique consistant à l'épandage contrôlé de déchets

composés de matières organiques pour la fertilisation des sols.

	Déchets produits (tonnes)	Déchets spéciaux (*) (tonnes)	Réutilisés (%)	Recyclés (%)	Incinérés avec valorisation (%)	Total valorisés (%)
Vins et Spiritueux	13 958	130	14	76	1	91
Parfums et Cosmétiques	8 574	574(**)	1	35	42	78
Mode et Maroquinerie	3 704	47	1	32	22	55
Montres et Joaillerie	159	9	–	3	72	75
Distribution sélective	4 452	15	–	33	53	86
Holding	2	–	–	100	–	100
<b>Total (tonnes)</b>	<b>30 849</b>	<b>775</b>				

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

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

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

Les activités Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie ont mis en place des procédures pour renforcer le respect de la convention internationale CITES. Cette convention, par un système de permis d'importation et d'exportation, lutte contre la surexploitation issue du commerce international de certaines espèces animales et végétales en voie d'extinction.

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

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

LVMH a créé en 1992 sa direction de l'environnement et Bernard Arnault a choisi d'affirmer son engagement en 2001 en signant la « Charte environnementale ». Cette dernière demande à chaque Maison du Groupe de s'engager à mettre en place un système de management de l'environnement efficace, de réfléchir collectivement aux enjeux environnementaux liés aux produits, de gérer les risques et d'utiliser les meilleures pratiques environnementales.

En 2003, Bernard Arnault a adhéré au Pacte Mondial (Global Compact) des Nations Unies. Cette initiative lancée par Kofi

Annan, Secrétaire Général de l'ONU, engage ses signataires à appliquer et promouvoir neuf principes dans le domaine des droits de l'homme, du travail et de l'environnement.

La direction de l'environnement du Groupe, rattachée au Directeur Financier, membre du comité exécutif, a été mise en place pour :

- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, basée sur la Charte LVMH (cf. paragraphe 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 correspondants environnement des sociétés du Groupe sont réunis dans la « Commission Environnement LVMH », animée par la direction de l'environnement du Groupe. Ils échangent via des réunions trimestrielles et un Intranet Environnement Groupe, accessible à tous. Une version bilingue de cet intranet a été développée en 2003.

Les sociétés de la quasi-totalité des branches du Groupe ont renforcé cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel. En nombre d'heures, ces actions ont progressé de 43 %, totalisant 8 159 heures en 2003.

En 2003, tous les salariés des sociétés Hennessy, Moët & Chandon et Veuve Clicquot Ponsardin ont reçu un guide de sensibilisation à l'environnement réalisé par la Commission environnement, intitulé « Pour l'environnement et le futur ». Il liste les « gestes verts » à réaliser à son domicile et sur son lieu de travail pour limiter l'impact de chacun sur l'environnement :

économies d'énergie, tri des déchets, limitation de l'utilisation de transports polluants (avion et voiture), réduction du bruit.

À titre d'exemple, Moët & Chandon a organisé des sensibilisations à l'environnement pour 563 personnes, toutes fonctions et tous services confondus (Marketing, Ressources Humaines, Opérations, Administration,...). Totalisant plus de 1 700 heures en 2003, elles se sont inscrites dans le cadre d'une opération de sensibilisation de l'ensemble du personnel Moët & Chandon, qui s'est poursuivie de 2002 à début 2004.

Cette année également, la semaine du développement durable du 2 au 6 juin 2003 a été l'occasion de nombreuses actions de sensibilisation à l'environnement dans le Groupe :

- Holding : sessions de sensibilisation à l'environnement sur les thèmes « l'impact des produits du Groupe sur l'environnement » et « l'environnement dans les produits du Groupe »,
- Moët & Chandon : panneaux d'affichage, conférences, communication,
- Parfums Christian Dior : jeu-concours sur le site de Saint Jean de Braye,
- Parfums Kenzo : communication sur l'environnement dans l'intranet .

Sur la plateforme logistique des activités Mode et Maroquinerie, Kami, divers travaux de mise en conformité ont eu lieu pour la mise en rétention des eaux d'extinction des feux en cas d'incendie.

La cuverie principale de Moët & Chandon a été mise sous rétention, permettant d'éviter le rejet direct d'eaux usées dans les réseaux collectifs en cas de fuite ou de déversement accidentel.

Chez Parfums Givenchy, sur le site de production de Beauvais, la zone de dépotage a été mise également sous rétention et un bac déshuileur a été mis en place pour le parking.

Dans le domaine de l'environnement, le Groupe s'engage ainsi à :

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

## 6.6 Démarches d'évaluation ou de certification

Responsable localement, chaque société doit, conformément à la Charte Environnement LMVH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement, notamment en définissant sa propre politique environnementale et en se fixant des objectifs<sup>1</sup>. Chaque société a à sa disposition le guide d'auto-évaluation LVMH et peut, si elle le souhaite, faire certifier son système ISO 14001 ou EMAS. Dès 1998, Hennessy fut la première société au monde à recevoir cette distinction dans le secteur des Vins et Spiritueux, renouvelée depuis et valable pour la totalité de ses sites.

En décembre 2003, l'atelier Louis Vuitton Malletier de Barbera, en Espagne, a reçu la certification ISO 14001, ainsi que la totalité de sites des sociétés Krug et Veuve Clicquot Ponsardin en février 2004.

## 6.7 Mesures prises, pour assurer la conformité de l'activité aux dispositions législatives et réglementaires

Pour assurer ce suivi, les sociétés du Groupe sont régulièrement auditées, que ce soit par des tiers externes, des assureurs, ou des auditeurs internes, ce qui leur permet de tenir à jour leur plan de suivi de conformité. En 2003, 20 audits environnement ont été effectués sur les sites, soit 7 de plus que l'année précédente. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, sur l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver : gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement.

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

<sup>1</sup> Voir les résultats des objectifs 2003 et les objectifs 2004 dans le rapport annuel LVMH 2004.

Les principales mesures de mise en conformité vis-à-vis de la législation et la réglementation environnementales en 2003 ont été :

- construction d'une station de traitement des effluents sur le site de Chartres de Guerlain,
- mise sous rétention de la partie cuverie de Moët & Chandon, permettant d'éviter le rejet direct d'eaux usées dans les réseaux collectifs en cas de fuite ou de déversement accidentel.

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

Les postes de dépenses environnementales ont été comptabilisés en suivant les recommandations de l'avis du Conseil National de la Comptabilité (CNC). Les charges d'exploitation et les investissements ont été reportés pour chacun des postes suivants :

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

En 2003, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est répartie comme suit :

- charges d'exploitation : 5,3 millions d'euros
- investissements : 2,3 millions 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 1,1 million d'euros a été provisionné en 2003 pour risque environnemental au titre de la remise en état de deux sites industriels historiques. Aucune indemnité n'a été versée en exécution d'une décision judiciaire sur des aspects environnementaux.

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

Il est demandé à chaque filiale, quelle que soit sa situation géographique, d'appliquer la politique environnementale du Groupe telle que définie par la Charte, qui prévoit la mise en place d'objectifs environnementaux pour 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 2003, les superficies détenues sont les suivantes :

(en hectares)	Total	dont en production :
Appellation Champagne	1 684	1 496
Appellation Cognac	252	178
Yquem	188	113
Autres vins :		
Californie (États-Unis)	482	304
Argentine	1 344	663
Australie, Nouvelle-Zélande	759	362
Brésil	232	34

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.

En 2003, le Groupe a cédé la totalité des vignobles détenus en Espagne, soit 71 hectares et ceux de la société Pacific Echo en Californie, de 46 hectares.

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des wineries, des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac. L'ensemble représente environ 710 000 m<sup>2</sup> en France et 156 000 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, de locaux regroupant ses bureaux et ateliers au Pont Neuf à Paris, également siège de la société, ainsi que des locaux loués à des tiers en bureaux et surfaces commerciales, l'ensemble représentant environ 50 000 m<sup>2</sup> ; en 2003, La Belle Jardinière a cédé un immeuble à usage de bureaux rue du Pont Neuf à Paris loué 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 est

propriétaire des les murs de ses magasins de Kobé au Japon, d'Hawaï, Guam, Séoul et Sydney. En 2003, Louis Vuitton a cédé son magasin situé 54 avenue Montaigne à Paris.

En 2003, le réseau de Louis Vuitton s'est accru de 18 boutiques, notamment par l'ouverture de 6 « global stores » ; le nombre total de « global stores » est désormais de 46.

Les treize usines de Louis Vuitton, qui appartiennent à la société, 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 de la société en France mais sont en location à Hawaï, en Asie et en Océanie. L'ensemble en propriété représente environ 130 000 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 Ferrare en Italie.

Kenzo, Givenchy 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, utilisés par Kenzo, Christian Lacroix, Céline et 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, ainsi que des bureaux, sont situés sur un terrain qui appartient à la société près d'Orléans en France, l'ensemble représentant 58 000 m<sup>2</sup>.

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 une usine à Pudong en Chine (4 000 m<sup>2</sup>), et loue des bureaux et des entrepôts dans de nombreuses villes dans le monde.

Les deux centres de production de Guerlain, en France, sont situés sur un terrain, en pleine propriété, à Chartres, de 16 000 m<sup>2</sup> et sur un terrain à Orphin financé par crédit-bail, de 10 500 m<sup>2</sup>; 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, d'une surface totale de 19 000 m<sup>2</sup> ; 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, et occupent des bureaux à Düsseldorf en Allemagne détenus par Guerlain.

La Brosse & Dupont est propriétaire de cinq usines en France, et en loue cinq 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.

Aux États-Unis, BeneFit Cosmetics loue l'emplacement de ses bureaux en Californie, et Fresh loue ses bureaux situés à Boston.

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 de ses ateliers (3 850 m<sup>2</sup>) à Cornol en Suisse.

Zénith est propriétaire de la Manufacture où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle en Suisse, ainsi que de ses bureaux pour une superficie totale de 20 000 m<sup>2</sup>. 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, en Grande-Bretagne, aux États-Unis et au Japon.

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

Omas possède un immeuble de 4 000 m<sup>2</sup> 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 commerces et bureaux 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, dont une partie est louée à des tiers en appartements, d'une superficie totale de 7 000 m<sup>2</sup>.

La Samaritaine est propriétaire de plusieurs immeubles à Paris, abritant commerces et bureaux représentant 94 000 m<sup>2</sup> environ ; une partie de ces immeubles est louée. La Samaritaine est par ailleurs propriétaire d'installations de stockage à Marne La Vallée près de Paris, d'une superficie de 34 500 m<sup>2</sup>.

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 (Hawaï), 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 ; SID Éditions loue des bureaux à Paris et Poitiers ; en 2003, LVMH a acquis des surfaces de bureaux de 965 m<sup>2</sup>, à Paris qu'elle loue à Radio Classique.

LVMH est propriétaire de deux immeubles à New York sur 57<sup>th</sup> Street : l'un d'une surface de 10 650 m<sup>2</sup> abrite les bureaux américains de filiales du Groupe, l'autre d'une surface de 9 200 m<sup>2</sup> accueillera un magasin Louis Vuitton et des bureaux. Par ailleurs, LVMH a pris à bail, par contrat de longue durée un immeuble de 7 400 m<sup>2</sup> à usage commercial et de bureaux, situé à l'angle de Madison Avenue et de 57<sup>th</sup> Street.

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.

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 causé par les fausses mentions et les biais des analyses et publications diffusées par cette banque contre LVMH. Notre société a réclamé, à titre provisionnel, une indemnité de 100 millions d'euros à Morgan Stanley en réparation de son préjudice.

Par jugement en date du 12 Janvier 2004, le Tribunal de commerce de Paris a constaté que ces agissements étaient constitutifs de faute lourde, a condamné Morgan Stanley à payer à LVMH 30 millions d'euros au titre de son préjudice moral et désigné Monsieur Didier Kling en qualité d'expert pour rechercher et chiffrer tous éléments relatifs à certains postes de préjudice. Morgan Stanley a interjeté appel du jugement de première instance mais, celui-ci ayant été revêtu de l'exécution provisoire, ce recours n'a pas d'effet suspensif sur les condamnations prononcées, pas plus qu'il n'interrompt le processus d'expertise. Celle-ci est actuellement en cours et la Société LVMH présentera prochainement à l'expert la justification des dommages causés par la Banque, dont le montant total, aujourd'hui encore en cours de calcul, est très significatif.

\*  
\* \*

## IX. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

En mars 2004 :

- la cession de Ebel est devenue définitive ;
- LVMH a porté sa participation dans Donna Karan de 89 % à 98 %, pour un montant de 43,8 millions de dollars US ;
- la participation de Moët Hennessy dans Millennium a été augmentée de 40 %, pour être ainsi portée à 70 %, en contrepartie d'un versement de 107 millions de dollars US.

\*  
\* \*

## X. MISE EN ŒUVRE DES NORMES IFRS (INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS)

En application du règlement européen n° 1606/2002 et conformément à la norme IFRS 1, adoption des normes IFRS en tant que référentiel comptable, les comptes consolidés du groupe LVMH pour l'exercice clos le 31 décembre 2005 seront établis selon les normes IFRS en vigueur au 31 décembre 2005, avec des données comparatives pour l'exercice 2004 préparées selon les mêmes normes.

Ceci conduira à établir au 1<sup>er</sup> janvier 2004, date de transition entre le référentiel comptable français et les normes IFRS, un bilan d'ouverture en normes IFRS, les impacts du changement de référentiel étant pour l'essentiel imputés sur les capitaux propres à cette date.

Dans ce cadre, LVMH a mis en place fin 2002 – début 2003 un projet de mise en œuvre des normes IFRS ayant pour objectifs l'identification des différences entre les référentiels comptables français et IFRS, la mesure des modifications à apporter aux systèmes informatiques concernés, la formation des différents intervenants, le planning de déploiement, et le calendrier de production en 2004 des informations comptables dans les deux référentiels.

### 1. Descriptif synthétique du projet IFRS

De façon générale, afin d'assurer l'homogénéité et l'harmonisation des pratiques comptables et du calendrier de mise en œuvre, le pilotage du projet est mené par une équipe centrale, qui anime et coordonne l'ensemble des métiers et sociétés qui constituent le Groupe, en termes de réflexions préalables, diagnostic, formation et mise en œuvre. Sous réserve des évolutions possibles des normes IFRS existantes, la phase de diagnostic, tant en ce qui concerne les différences de traitement comptable que l'impact sur les systèmes d'informations, devrait être terminée vers mi-mai 2004. La phase antérieure de réflexions préalables avait conduit à identifier les normes les plus structurantes, notamment en termes de mise en œuvre dans les systèmes, permettant ainsi sur la période de diagnostic une allocation appropriée des ressources.

Pour les mêmes raisons, la phase de formation des équipes a débuté dès 2003, l'essentiel se déroulant au 1<sup>er</sup> semestre 2004. Les modifications à apporter aux systèmes comptables, de reporting de gestion ou financier, sont très variables, selon les métiers, les normes ou la complexité des systèmes existants. Les modifications des systèmes centraux ont débuté en 2003. Les systèmes de reporting au sein du Groupe ou au sein de chaque société seront mis à jour en 2004, selon un calendrier devant permettre d'atteindre les objectifs de publication financière et de mise à jour des bases de données de gestion.

## 2. Principales divergences identifiées

Certaines normes et interprétations importantes, qui seront applicables au 31 décembre 2005, viennent d'être publiées par l'IASB. Il s'agit en particulier des normes IFRS 3 sur les regroupements d'entreprises, IAS 36 sur les dépréciations d'actifs et IAS 38 sur les actifs incorporels. En outre, certaines normes, bien que publiées, ne sont pas encore approuvées par l'Union Européenne, en particulier IFRS 2 sur les paiements en actions et IAS 32 / 39 sur les instruments financiers.

Certaines de ces normes concernent directement le groupe LVMH ; le caractère récent des textes ne permet pas d'identifier ou de mesurer de façon définitive, à la date d'aujourd'hui, les incidences du passage aux normes IFRS.

S'agissant par exemple des règles de dépréciation d'actifs, le Groupe analyse à ce stade s'il existe des divergences entre les règles actuellement appliquées en normes françaises et celles qui résulteront des normes récemment publiées.

Par ailleurs, la norme IFRS 1 inclut des dispositions spécifiques pour la première application des IFRS, et un certain nombre d'options. Celles-ci sont à l'étude par le Groupe : elles concernent en particulier la possibilité de réévaluer certaines immobilisations corporelles au 1<sup>er</sup> janvier 2004, le retraitement ou non des regroupements d'entreprises intervenus entre la formation de LVMH en 1987 et le 1<sup>er</sup> janvier 2004 ; elles concernent aussi la mise à zéro des écarts actuariels liés aux engagements de retraite et des réserves de conversion inscrits dans les capitaux propres.

Enfin, parmi les autres normes en cours de publication ou d'approbation, sont susceptibles également d'avoir un impact pour LVMH, la norme IFRS 2 sur la comptabilisation des paiements en actions, applicable aux plans d'options d'achat ou de souscription au bénéfice du personnel du Groupe, ou la norme sur les instruments financiers, selon qu'elle sera ou non approuvée en l'état par l'Union Européenne.

À ce stade, le Groupe a identifié néanmoins des divergences entre les méthodes d'évaluation et comptabilisation définies par les normes IFRS, sur la base des normes ou projets publiés à fin 2003, et les principes et méthodes comptables actuellement suivis par le Groupe. Ces divergences sont décrites ci-après.

### 2.1 Présentation des états financiers

La présentation du compte de résultat consolidé sera modifiée par les reclassements suivants :

- les autres produits et charges nets seront scindés entre autres produits et charges à caractère opérationnel (résultat opérationnel) et autres produits et charges à caractère financier (résultat financier) ;

- les charges d'amortissement et de dépréciation des écarts d'acquisition, si applicable, seront transférées en résultat opérationnel ;
- certaines charges commerciales seront déduites du chiffre d'affaires, en raison de leur nature économique de remise ou rabais.

La présentation du bilan ne devrait pas être impactée significativement, celle-ci intégrant déjà les notions de court terme / long terme, ou de cycle / hors cycle d'exploitation.

### 2.2 Autres divergences identifiées

#### • *Marques*

Le référentiel comptable français ne prévoit pas d'amortissement obligatoire des marques ; dans le cadre des normes IFRS, les marques donnent lieu à amortissement lorsque leur durée de vie est considérée comme définie. Le Groupe doit identifier dans son portefeuille de marques celles qui sont désormais amortissables.

#### • *Impôts différés*

Contrairement à ce qui était prévu par les dispositions du Règlement CRC 99-02 sur les comptes consolidés, la norme IAS 12 requiert de comptabiliser des impôts différés passifs au titre de tous les actifs incorporels reconnus lors de la comptabilisation de regroupements d'entreprises, y compris pour ceux qui ne sont pas amortis, en particulier les marques.

#### • *Écarts d'acquisition*

Contrairement à ce qui était demandé en normes comptables françaises par le Règlement CRC 99-02, la future norme sur les regroupements d'entreprises ne requiert plus l'amortissement systématique des écarts d'acquisition positifs.

#### • *Instruments de couverture*

Les effets de la réévaluation à valeur de marché des instruments de couverture en vie à la date de clôture, affectés à des flux de trésorerie futurs, seront inscrits dans les capitaux propres, la réévaluation à valeur spot étant aujourd'hui inscrite à l'actif et au passif du bilan.

#### • *Actions LVMH*

L'ensemble des actions LVMH auto détenues, en particulier celles affectées aux plans d'options d'achat au bénéfice des membres du personnel, qui figurent aujourd'hui à l'actif du bilan consolidé, devront être inscrites directement en réduction des capitaux propres, y compris les éventuelles plus ou moins-values nettes de cession.

## XI. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

A fin mars 2004, le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 2 849 millions d'euros, soit une progression de 10 % par rapport à fin mars 2003, à structure et taux de change comparables. La dynamique de croissance observée au second semestre 2003 s'est ainsi poursuivie au début de 2004, en particulier en Asie et aux États-Unis.

Par groupe d'activités, l'évolution du chiffre d'affaires à fin mars 2004 est la suivante :

au 31 Mars	2004	2003	Variation en % en devises :	
			courantes	constantes
Vins et Spiritueux	451	407	11	19
Mode et Maroquinerie	1 067	1 068	–	7
Parfums et Cosmétiques	473	486	(3)	8
Montres et Joaillerie	113	97	17	30
Distribution sélective	756	745	2	11
Autres activités et éliminations	(11)	(2)	–	–
<b>Total</b>	<b>2 849</b>	<b>2 801</b>	<b>2</b>	<b>10</b>

L'activité Vins et Spiritueux affiche une croissance organique de 19 %. Les marques de champagne Moët & Chandon, Veuve Clicquot et Dom Pérignon ont réalisé de très bonnes performances ; les ventes ont été particulièrement élevées aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Japon. La croissance de Hennessy s'est poursuivie aux États-Unis, en Russie et sur les marchés asiatiques.

Louis Vuitton a enregistré une croissance organique à deux chiffres, notamment aux États-Unis et dans la zone asiatique, porté par les succès des nouvelles collections. Louis Vuitton a inauguré en février son plus grand magasin au monde sur la 5<sup>ème</sup> Avenue à New York.

Les marques de mode ont réalisé des performances satisfaisantes sur le trimestre, notamment en Asie. Les ventes

de Donna Karan sont toutefois en baisse, en raison de la politique de sélectivité de sa distribution, conduisant à renoncer à certaines licences ou à des emplacements non qualitatifs.

Dans les Parfums et Cosmétiques, Parfums Christian Dior a poursuivi sa croissance sur le trimestre, en raison notamment du succès de ses produits de maquillage. Sa performance a été particulièrement remarquable au Japon et en Chine. Guerlain a bénéficié du développement de son nouveau parfum *L'Instant*. Les marques BeneFit Cosmetics et Fresh ont enregistré une croissance à deux chiffres de leurs ventes.

L'activité Montres et Joaillerie a enregistré une croissance organique de 30 %, ses ventes au premier trimestre confirmant la reprise entamée depuis l'été 2003. Tag Heuer et Zenith ont réalisé une progression à deux chiffres de leurs chiffres d'affaires par rapport à la même période de 2003. Chaumet et les Montres Dior ont également poursuivi une croissance soutenue. De nombreuses nouveautés seront présentées au salon de l'horlogerie de Bâle.

Dans la Distribution sélective, DFS a bénéficié de la reprise du tourisme dans les zones touristiques asiatiques et affiché au premier trimestre une progression de ses ventes en dollars. Sephora reste en Europe sur des tendances favorables ; aux États-Unis, l'enseigne a continué d'enregistrer au premier trimestre une croissance à deux chiffres de ses ventes, à nombre de magasins comparables.

Dans un environnement économique et monétaire plus favorable, le tourisme confirme sa reprise et les économies américaine et asiatique sont en pleine expansion. Dans ce contexte, le Groupe va poursuivre son développement en 2004 grâce à la force de ses marques, aux lancements de nouveaux produits et à la conquête de nouveaux marchés. L'augmentation des parts de marché et de la rentabilité des grandes marques, l'amélioration des résultats des sociétés en développement et la génération de trésorerie restent des objectifs prioritaires pour le Groupe. Ces éléments permettent de confirmer l'objectif d'une croissance significative du résultat opérationnel en 2004.

# RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le présent rapport, établi conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de Commerce, a pour objet de rendre compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration de la société LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par celle-ci.

## I. PRÉPARATION ET ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

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

Deux Comités, dont la composition, le rôle et les missions sont définis par un règlement intérieur, existent au sein du Conseil d'Administration.

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

### 1.1 Conseil d'Administration :

Instance stratégique de la Société, le Conseil d'Administration a pour objectifs prioritaires l'accroissement de la valeur de l'entreprise, l'adoption des grandes orientations stratégiques et le suivi de leur mise en œuvre, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations qui la concernent, la protection de son patrimoine social.

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

Il est composé de 16 membres dont 6 sont indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

Au cours de l'exercice 2003, le Conseil d'Administration s'est réuni 4 fois sur convocation écrite de son Président, adressée à chacun des administrateurs une semaine au moins avant la date de la réunion. Le taux de présence des administrateurs aux réunions s'est élevé à 90 % en moyenne.

Le Conseil d'Administration a arrêté les comptes annuels et semestriels et, en outre, s'est notamment prononcé sur les grandes orientations stratégiques du Groupe, le budget, le lancement d'un emprunt obligataire ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

Le montant total des jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration au titre de l'exercice 2003 s'est élevé à 969 450 euros.

### 1.2 Comité d'Audit de la Performance :

Le Comité d'Audit de la Performance a pour missions essentielles de s'assurer de la conformité des principes comptables suivis par la Société avec les principes généralement admis et d'examiner les comptes sociaux et consolidés, avant leur soumission au Conseil d'Administration.

Il est actuellement composé de 4 administrateurs dont 3 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni 5 fois au cours de l'exercice 2003. Toutes les réunions à l'exception de l'une d'entre elles ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que celle des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, du Conseiller du Président, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Fiscal et du 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 conclues avec des sociétés apparentées, le déroulement de l'appel d'offres pour le renouvellement des Commissaires aux Comptes, la valorisation des marques et goodwill du Groupe.

### 1.3 Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations :

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

- des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société, ainsi que sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (généraux) Délégué(s) de la Société,
- des avis sur les candidatures aux postes d'administrateur et de censeur ou aux fonctions de membre du Comité Exécutif du groupe et de direction générale de ses principales filiales et sur la rémunération et les avantages en nature attribués aux administrateurs et censeurs de la Société par la Société ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération et d'incitation, fixes ou variables, immédiats et différés, des dirigeants du groupe.

Il est composé de 3 membres dont 2 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité s'est réuni 3 fois au cours de l'exercice 2003 en présence de tous ses membres. Il a émis des propositions relatives à la rémunération et à l'attribution d'options d'achat

d'actions aux dirigeants et rendu des avis sur la rémunération attribuée à certains administrateurs par la Société ou ses filiales. Il a également émis un avis sur les candidatures aux fonctions d'administrateur.

#### 1.4 Collège des Censeurs

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

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

Le Collège des Censeurs est actuellement composé d'un seul membre.

## II. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE

### 2.1 Objectifs de contrôle interne au sein du Groupe LVMH

LVMH rassemble, sous le concept fédérateur du luxe, un ensemble de 5 groupes d'activité : Vins & Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution Sélective. Ces groupes d'activité sont eux-mêmes composés de sociétés de tailles diverses, titulaires de marques prestigieuses, elles-mêmes divisées en filiales, notamment de distribution, à travers le monde.

Cette organisation permet à la fois l'indépendance des marques, gage d'efficacité et de réactivité, et la mise en oeuvre de synergies entre sociétés d'un même métier dans les domaines recherche & développement, achats, fabrication, administration, etc... Ainsi, le Président d'une marque est responsable du contrôle interne de l'ensemble des filiales qui contribuent, au plan mondial, au développement de sa marque, chaque président de filiale l'étant pour les activités placées sous sa responsabilité.

La Holding LVMH SA est, quant à elle, responsable de son propre contrôle interne tout en assurant un rôle de coordination et d'impulsion sur l'ensemble du contrôle interne des sociétés du Groupe.

Dans ce cadre organisationnel, les objectifs du contrôle interne ont été établis en cohérence avec le référentiel COSO (Committee of Sponsoring Organisation of the Treadway Commission). Sous l'impulsion du Conseil d'Administration, de la Direction Générale, du management et autres personnels responsables des sociétés et filiales, le contrôle interne est destiné à fournir une assurance raisonnable quant à la réalisation et l'optimisation des opérations, la fiabilité des informations financières et comptables et la conformité aux lois et réglementations en vigueur.

Le contrôle interne du groupe LVMH, qui s'étend au-delà des questions directement liées au système comptable et financier, s'articule autour de la mise en place d'un environnement général de contrôle, d'une évaluation des risques, de la mise en place des contrôles appropriés, d'un système d'information et de communication permettant l'exercice efficace des responsabilités ainsi que d'un plan de suivi et de progrès.

Il vise à donner une assurance raisonnable, et en aucun cas absolue, quant à la prévention des risques majeurs pouvant être rencontrés par le Groupe.

### 2.2 Informations synthétiques sur le dispositif de contrôle interne mis en place

S'appliquant à l'ensemble des activités de LVMH, le dispositif de contrôle interne vise tout d'abord à créer les conditions d'un environnement général de contrôle interne approprié aux spécificités du Groupe. Cet environnement comprend

notamment l'engagement du management en faveur de l'intégrité et du comportement éthique, le principe de l'honnêteté dans les relations avec les clients, fournisseurs, employés et autres partenaires, l'évaluation régulière des performances du personnel, l'engagement pour la compétence et le développement des collaborateurs du Groupe.

### 2.2.1 Les acteurs

Les acteurs suivants y sont impliqués à différents titres.

#### *Le Conseil d'Administration*

Dans le cadre de ses responsabilités précédemment décrites, le Conseil d'Administration contribue par la compétence et la responsabilité de ses membres, la clarté et la transparence des décisions, l'efficacité et la sécurité des contrôles – qui sont les principes déontologiques qui le gouvernent – à l'environnement général de contrôle.

#### *Le Comité Exécutif*

Composé des directions exécutives opérationnelles et fonctionnelles, le Comité Exécutif définit les objectifs stratégiques dans le cadre des orientations déterminées par le Conseil d'Administration, coordonne leur mise en œuvre, veille au maintien de l'adéquation de l'organisation avec l'évolution de l'environnement, ainsi qu'à la définition des responsabilités et délégations de pouvoir des dirigeants et à leur application.

#### *Le Comité d'Audit de la Performance*

Dans le cadre de ses responsabilités précédemment décrites, le Comité d'Audit de la Performance contrôle l'existence et l'application des procédures de contrôle interne. Il étudie également les résultats des travaux de l'Audit Interne et valide les orientations annuelles du programme d'audit interne en termes de couverture géographique, couverture d'activité et couverture des risques.

#### *Le management des risques : environnement, exploitation, contrefaçon*

Disposant des directions appropriées, le Groupe identifie et analyse les principaux risques susceptibles d'affecter la réalisation de ses objectifs opérationnels, financiers et de conformité aux lois et règlements en vigueur. Il prend les mesures permettant de limiter la probabilité de la survenance de tels risques et d'en limiter leurs conséquences ; certains risques propres à l'activité du Groupe comme la contrefaçon, ou encore la distribution de nos produits via des réseaux parallèles, font l'objet de suivis particuliers (voir également le rapport de gestion du Groupe – II. Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance et VI. Conséquences de l'activité sur l'environnement).

#### *Les Responsables opérationnels*

Les responsables opérationnels sont en charge de la mise en place et du fonctionnement des contrôles nécessaires pour garantir un dispositif de contrôle interne efficace. La reprise à leur compte du contrôle interne par les responsables opérationnels au sein de chaque société et de chacun des processus métiers clés est un point majeur du dispositif de contrôle interne.

#### *L'Audit Interne*

Fort d'une équipe pluridisciplinaire d'une quinzaine de membres, l'Audit Interne intervient dans l'ensemble du Groupe dans le cadre d'un plan pluriannuel actualisé chaque année.

Le plan pluriannuel d'interventions permet de vérifier et de renforcer la compréhension et l'appropriation du processus de contrôle interne ainsi que la correcte application des procédures en vigueur. Le plan d'audit est élaboré à partir d'une analyse des risques potentiels par type d'activité (taille, contribution au résultat, éloignement géographique, qualité du management en place...) et d'entretiens avec les responsables opérationnels concernés. L'Audit Interne intervient dans toutes les sociétés du groupe, à la fois sur des thèmes opérationnels ou financiers et peut – en cas de besoin – faire appel à un renfort d'expertise technique spécifique compte tenu de la nature des missions. Le plan prévu peut être modifié en réponse à des changements d'environnement ou à des réorientations stratégiques internes. L'Audit Interne a des relais au sein des sociétés les plus importantes en la personne de contrôleurs internes, chargés à la fois de veiller au respect des procédures de contrôle interne du Groupe et d'élaborer les contrôles internes propres à leurs métiers.

L'Audit Interne rend compte de ses travaux à la direction de l'entité concernée et à la Direction Générale du groupe via un rapport de synthèse et un rapport détaillé précisant les recommandations et l'engagement du Management de les appliquer dans des délais raisonnables. Les Commissaires aux Comptes sont en copie des rapports émis par l'Audit Interne.

Les grandes orientations du plan annuel d'audit ainsi que les principales conclusions de l'année en cours sont présentées au Comité d'Audit de la Performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernées.

Une cinquantaine de missions d'audit sont réalisées en moyenne chaque année. Enfin, l'Audit Interne a spécifiquement été chargé en 2003 de la coordination du projet LSF pour le groupe.

## 2.2.2 Les procédures

Il existe un manuel des procédures comptables et financières accessible via l'Intranet du Groupe et traitant notamment des principes et normes comptables, de la consolidation, de la fiscalité, des investissements, du reporting (y compris les procédures budgétaires et celles des plans stratégiques), de la trésorerie et du financement (y compris la centralisation de trésorerie et les couvertures de change et de taux). Le reporting de gestion précise, en outre, les formats, contenus et fréquences des reportings financiers. L'ensemble de ces procédures est applicable à toutes les sociétés consolidées.

Il existe également un manuel de contrôle interne qui traite des différentes fonctions et responsabilités associées : achats et décaissements, stocks et immobilisations, ventes et encaissements, gestion des boutiques, administration du personnel, voyages et déplacements, finance et trésorerie, questions juridiques, etc... Les systèmes d'information et de télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font également l'objet de procédures particulières.

Les procédures d'application du Groupe sont élaborées en central et applicables par chaque société. Il existe également des procédures opérationnelles propres aux différents métiers du groupe qui sont développées par les sociétés.

## 2.2.3 La gestion des compétences

La gestion des compétences est un aspect significatif du système de contrôle interne. LVMH y veille tout particulièrement par l'adéquation des profils et des responsabilités correspondantes, la formalisation des revues annuelles de performance, le développement des compétences par le biais de programmes de formation spécifiques à tous les niveaux et par la promotion de la mobilité interne. Des analyses liées aux effectifs sont produites mensuellement par la Direction des Ressources Humaines Groupe faisant apparaître les variations des effectifs et les analyses afférentes, ainsi que les postes vacants et les mobilités internes. Il existe également un intranet réservé aux Ressources Humaines du Groupe.

## 2.3 Le Contrôle Interne propre à l'information financière et comptable :

### 2.3.1 L'organisation :

Le contrôle interne sur l'information comptable et financière est organisé à partir de la coopération et du contrôle des directions suivantes : Comptabilité et Consolidation, Contrôle de Gestion, Systèmes d'information, Trésorerie et Financement, Fiscalité, Communication financière.

- La Direction Comptabilité et Consolidation est responsable de la mise à jour et de la diffusion des normes et procédures comptables du Groupe. Elle contrôle leur application et met en place des programmes de formation appropriés. Elle est en charge de la production des comptes consolidés et sociaux trimestriels, semestriels et annuels. Elle coordonne notamment le projet de mise en place des nouvelles normes IAS / IFRS.
- La Direction du Contrôle de Gestion est responsable de la coordination du processus budgétaire et de ses ré-estimés établis en cours d'année ainsi que du plan stratégique à trois ans. Elle produit le reporting mensuel de gestion, ainsi que toutes les analyses nécessaires à la Direction Générale ; elle assure également le suivi des investissements et du cash-flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques.
- La Direction des systèmes d'information définit, en coopération avec les opérations, un plan à 3 ans des systèmes d'information par groupe d'activité et sociétés. Elle diffuse les standards techniques du Groupe indispensables à une architecture décentralisée (matériels, applications, réseaux...) et propose des synergies entre métiers et régions le cas échéant, dans le respect de l'indépendance des marques. Elle développe et maintient un système de télécommunications partagé par l'ensemble du Groupe. Elle coordonne la politique de sécurité des systèmes et données et l'élaboration des plans de secours.
- Les Directions du Financement et de la Trésorerie sont en charge de l'application de la politique financière du Groupe, de la gestion optimisée du bilan et de la dette financière, de l'amélioration de la structure financière et d'une politique prudente de gestion des risques de change et de taux d'intérêt, avec pour objectif principal la couverture des risques générés directement ou indirectement par les sociétés du Groupe.
- La Direction de la Trésorerie veille plus particulièrement à la centralisation de la trésorerie du Groupe, à son optimisation et à sa prévision par le biais de révisés trimestriels élaborés par les sociétés. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change et de taux, destinés à limiter l'impact négatif des fluctuations de monnaies ou des taux d'intérêt sur les activités et les investissements. Dans ce cadre, il a été mis en place une politique de gestion et des procédures très strictes pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché. Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle en temps réel des opérations de couverture.

Le dispositif de couverture est présenté périodiquement 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.

- La Direction Fiscale coordonne la préparation des déclarations fiscales en veillant au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, conseille les différents groupes d'activité et sociétés, et définit la stratégie en matière de tax planning lié aux orientations opérationnelles du Groupe. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale ou dans le reporting des données fiscales.
- La Direction de la Communication Financière est responsable de la coordination des informations diffusées à la communauté financière afin de lui donner une compréhension claire, transparente et précise de la performance et des perspectives du Groupe. Elle a aussi le rôle de fournir à la Direction Générale les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel. En travaillant en étroite collaboration avec la Direction Générale et avec les groupes d'activité, elle détermine les messages clés. Elle en assure la cohérence et en coordonne la diffusion à travers des moyens divers (publications comme rapport annuel et semestriel, présentations financières, réunions avec des actionnaires ou des analystes, site internet...).

Chacune de ces directions coordonne le contrôle interne à caractère financier du Groupe dans son domaine respectif via les directions financières des groupes d'activité, des sociétés et des filiales, elles-mêmes en charge de fonctions similaires dans leurs entités. Ainsi, chacune des directions centrales anime son dispositif de contrôle à travers sa ligne fonctionnelle (contrôleur de gestion, chef comptable, trésorier...).

Des *commissions financières* réunissant les directions financières des principales sociétés du Groupe et les Directions de la holding précédemment décrites sont organisées périodiquement. Animées et coordonnées par les Directions centrales, ces commissions traitent notamment des normes et procédures à appliquer, des performances financières et des actions correctrices à apporter, et du contrôle interne appliqué aux données comptables et de gestion.

### 2.3.2 Principes comptables et de gestion

Les secteurs et filiales adoptent les principes comptables et de gestion retenus par le groupe répondant à la fois aux

besoins des comptes sociaux et consolidés. Il existe ainsi une homogénéité du référentiel comptable et une harmonisation des formats et des outils de remontée des données à consolider. De plus, les reportings comptable et de gestion procèdent d'un même et unique système, ce qui garantit la cohérence des données consolidées.

### 2.3.3 Processus de Consolidation

La consolidation des comptes fait l'objet d'instructions précises et d'un système de remontées d'information adapté permettant de traiter une information exhaustive et fiable, selon une méthodologie homogène et dans des délais appropriés. Le Président et le Directeur Financier de chaque société s'engagent sur la qualité et l'exhaustivité de l'information financière transmise au Groupe – y compris les éléments de hors bilan – par le biais d'une lettre de représentation signée, confortant ainsi la qualité de l'information financière transmise.

Des paliers de consolidation existent par société et groupe d'activité garantissant également un premier niveau de contrôle et de cohérence.

Au niveau du Groupe, les équipes en charge de la consolidation sont dédiées par activité et sont en contact permanent avec les groupes d'activité et sociétés concernés ; cette proximité permet une compréhension et une validation de l'information financière remontée plus pertinentes et une anticipation du traitement des opérations complexes.

### 2.3.4 Reporting de gestion

Toutes les entités consolidées du Groupe produisent annuellement un plan stratégique à 3 ans, un budget complet et deux ré-estimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

Ces grandes étapes de gestion sont l'occasion d'analyses approfondies des données réelles en comparaison des données budgétaires, et d'un dialogue permanent entre les sociétés et le Groupe, élément indispensable du dispositif de contrôle interne financier.

Une équipe de contrôleurs de gestion, au niveau Groupe, spécialisée par activité est en contact permanent avec le groupe d'activité et les sociétés concernés, autorisant ainsi une meilleure connaissance des performances et des choix de gestion, ainsi qu'un contrôle approprié.

L'arrêté des comptes semestriels et annuels fait l'objet de réunions spécifiques de présentation des résultats en présence notamment des représentants financiers du Groupe et des sociétés concernées durant lesquelles les Commissaires aux Comptes présentent leurs conclusions tant en termes de qualités d'information financière et

comptable que d'appréciation du contrôle interne des différentes sociétés du groupe, sur la base des diligences effectuées pour les besoins de leurs missions d'audit.

#### 2.4 Démarche spécifique de formalisation et à terme d'évaluation du contrôle interne

Au-delà du dispositif de contrôle interne existant, le groupe LVMH a entrepris en 2003, dans le cadre de la Loi de Sécurité Financière, une démarche de formalisation et d'évaluation à terme de son contrôle interne. Cette démarche s'inscrit dans une perspective dynamique et permettra d'aboutir à terme à une appréciation de l'adéquation et de l'efficacité du contrôle interne du groupe.

Sous la coordination de la Direction de l'Audit Interne du Groupe, les principaux travaux dans le cadre de ce projet ont couvert :

- la coordination du projet avec l'objectif d'une adoption de la démarche par les opérationnels des différentes sociétés,
- la définition et la mise en œuvre de la méthodologie,
- une action de sensibilisation auprès des comités exécutifs des groupes d'activité et des sociétés,
- la préparation des états de synthèse relatifs à la formalisation des contrôles,
- la formation des différentes sociétés à la méthodologie et la nomination de correspondants « contrôle interne » au sein des activités les plus significatives.

Cette démarche, adaptée à la configuration et à la culture du groupe, a débuté en 2003 et a consisté, pour les sociétés les plus significatives, en :

- l'envoi d'instructions détaillées de la Direction Générale du Groupe aux Présidents des sociétés concernées,
- la revue de l'environnement général de contrôle, au moyen d'un questionnaire couvrant les cinq composants « COSO », et permettant d'obtenir une analyse documentée à mettre en perspective pour le futur,
- la revue détaillée du processus de clôture des comptes et de certains processus métiers clés (matérialité/ occurrence des risques...), conduisant sur le plan du contrôle interne à la formalisation des principaux risques et contrôles associés.

La revue des processus clé en 2003 a été réalisée sur la base d'un questionnaire type recensant les principaux risques et contrôles associés, chaque société concernée procédant à des adaptations propres à son environnement.

L'ensemble de ces démarches menées en interne permet de capitaliser sur une connaissance et une implication des responsables opérationnels et de faciliter, ainsi, un processus d'amélioration permanent du contrôle interne dans le temps.

Les Commissaires aux Comptes ont été tenu informés de cette démarche ainsi que le Comité d'Audit via des comptes-rendus périodiques ; les commissions financières mensuelles ont également joué le rôle de comité de pilotage.

#### 2.5 Conclusions

Le groupe LVMH, au-delà de son dispositif de contrôle interne déjà existant, s'est engagé en 2003 dans une démarche progressive d'évaluation et d'optimisation de son contrôle interne tant sur le plan opérationnel que financier et réglementaire.

La première étape conduite en 2003, à caractère essentiellement descriptif, porte sur l'environnement général de contrôle et certains processus métiers clés.

Elle sera poursuivie en 2004 par une nouvelle étape qui comprendra d'une part une phase de formalisation et de documentation des contrôles liés aux processus métiers clés, et d'autre part une phase de tests permettant d'aboutir, à terme, à une première appréciation sur l'efficacité du dispositif de contrôle interne dans son ensemble.

\*  
\* \*

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2003.

Sous la responsabilité du Conseil d'Administration, il revient à la Direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations et déclarations contenues dans le rapport du Président concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France.

Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du président.

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la description des procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du Président du Conseil d'Administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 22 avril 2004  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de DELOITTE

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET

# 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 Moneyp à Paris.

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 28,3 milliards d'euros, ce qui permet à LVMH d'occuper le dixième rang de la place de Paris.

519 392 829 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2003 pour un montant total de 23,9 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 2 036 835 titres. Depuis le 27 décembre 2002, LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton a confié à un établissement financier la mise en œuvre d'un contrat de liquidité conforme à la Charte de déontologie de l'AFEI approuvée par l'instruction de la Commission des opérations de bourse du 10 avril 2001.

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)
2002	AOÛT	45,10	42,47	47,40	38,15	38 404 414	1,65
	SEPTEMBRE	42,40	36,90	44,70	35,51	45 546 962	1,83
	OCTOBRE	36,90	45,33	46,05	31,61	54 536 984	2,15
	NOVEMBRE	44,80	47,40	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	51 428 754	1,94
	FÉVRIER	39,99	38,32	40,94	36,29	32 902 074	1,26
	MARS	38,51	36,16	43,45	35,63	50 646 115	1,99
	AVRIL	36,60	39,10	41,00	33,97	57 539 140	2,19
	MAI	38,76	43,62	44,11	38,05	53 033 133	2,20
	JUIN	43,64	43,19	46,25	42,97	45 368 884	2,03
	JUILLET	43,59	48,78	49,42	42,45	41 456 699	1,93
	AOÛT	48,45	54,75	55,70	47,10	35 451 319	1,83
	SEPTEMBRE	55,00	53,35	56,95	51,85	42 153 810	2,27
	OCTOBRE	53,00	59,45	60,70	52,70	34 920 042	2,00
	NOVEMBRE	59,60	57,45	61,55	55,30	42 329 302	2,47
	DÉCEMBRE	57,95	57,70	59,55	55,60	32 163 557	1,82
2004	JANVIER	57,85	57,90	63,45	57,35	34 930 063	2,10
	FÉVRIER	58,05	61,50	62,50	56,45	30 536 381	1,82
	MARS	61,45	59,80	62,50	55,20	39 592 736	2,32

## 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 2003 et visé par la COB en date du 25 avril 2003 sous le numéro 03-316, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2003, les cessions par la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA, nettes des achats, ont représenté 4 355 000 actions.

### 3. MARCHÉ DES OBLIGATIONS LVMH

Sont décrites ci-dessous les émissions obligataires réalisées par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, non échues au 31 décembre 2003, en fonction de leur place de cotation.

#### 3.1 Obligations cotées à Paris

Devise	Encours (en devises)	Émission	Taux d'intérêt
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	5,0 %*
EUR	33 135 299	1998	indexée*

\* obligations également cotées à Luxembourg

#### 3.2 Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devises)	Émission	Taux d'intérêt
USD	20 000 000	2003	variable
EUR	750 000 000	2003	5,00 %
EUR	8 000 000	2002	0 %
EUR	50 000 000	2002	variable
EUR	708 100 000	2001	5,375%
EUR	55 000 000	2001	variable
EUR	30 000 000	2000	variable
JPY	4 000 000 000	2003	0,18 %
JPY	1 000 000 000	2003	0,25 %
JPY	1 000 000 000	2003	0,28 %
JPY	1 000 000 000	2003	0,475 %
JPY	3 000 000 000	2002	variable
JPY	500 000 000	2002	0,655 %
JPY	1 500 000 000	2001	0,95 %
JPY	1 100 000 000	2001	variable
JPY	1 000 000 000	2001	variable
HKD	200 000 000	2003	variable

#### 3.3 Obligations cotées à Singapour

Devise	Encours (en devises)	Émission	Taux d'intérêt
SGD	125 000 000	2001	4,00 %

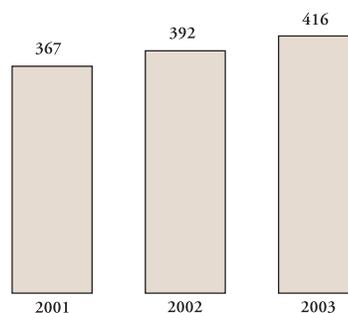
### 4. DIVIDENDE

Il est proposé de distribuer aux 489 937 410 actions composant le capital social un dividende de 0,85 euro par action au titre de l'exercice 2003, ce qui correspond à une hausse de 6,25 % par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2002.

Le dividende global, y compris l'avoir fiscal de 0,425 euro, représentera un revenu de 1,275 euro pour les personnes physiques résidant en France.

La distribution totale de LVMH s'élèvera ainsi à 416 millions d'euros au titre de l'exercice 2003, compte non tenu des actions auto-détenues. La distribution au titre de l'exercice 2002 avait représenté un montant de 392 millions d'euros.

DIVIDENDE MIS EN DISTRIBUTION  
(en millions d'euros)



Historique des dividendes versés au titre des exercices 1999 à 2003<sup>(1)</sup>

Année	Dividende net (EUR)	Avoir fiscal (EUR)	Total (EUR)
2003	0,85	0,425	1,275
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

(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'État.

## 5. ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL

Le capital social est resté inchangé au cours de l'exercice ; il s'élève à 489 937 410 actions.

## 6. PERFORMANCE PAR ACTION

(en euros)	2003	2002	2001
Résultat net dilué	1,48	1,14	0,02
Résultat net courant	2,09	1,67	0,68
Dividende Global (net + avoir fiscal)	1,275	1,20	1,125
Progression / année précédente (en %)	6,3	6,7	—
Cours le plus haut	61,55	61,60	75,50
Cours le plus bas	33,97	31,61	28,40
Cours au 31 décembre	57,70	39,15	45,70
Progression / année précédente (en %)	47	(14)	(35)



## COMPTES CONSOLIDÉS DU GROUPE LVMH

# CHIFFRES CLÉS

(en millions d'euros)	2003	2002	2001	2000	1999
<b>Principaux chiffres consolidés</b>					
• Chiffre d'affaires	11 962	12 693	12 229	11 581	8 547
Résultat opérationnel	2 182	2 008	1 560	1 959	1 547
Résultat avant impôts	1 618	1 317	667	1 692	1 435
Résultat net courant – part du Groupe <sup>(1)</sup>	1 023	818	334	846	738
Résultat net – part du Groupe	723	556	10	722	693
• Capital	147	147	147	147	147
Capitaux propres – part du Groupe <sup>(2)</sup>	7 034	7 070	6 901	7 031	6 704
Total des capitaux propres <sup>(2)</sup>	8 769	8 842	8 701	8 512	7 781
Actif circulant	7 924	7 927	9 552	10 192	7 740
Dettes à moins d'un an	6 118	6 601	8 026	9 562	8 374
Emprunts et dettes financières à moins d'un an	2 116	2 578	4 003	5 568	4 600
Emprunts et dettes financières à plus d'un an	4 207	4 554	5 402	3 498	3 085
Total du bilan	20 543	21 417	23 832	23 192	20 734
• Capacité d'autofinancement	1 949	1 518	919	1 214	1 051

(en euros)

<b>Résultats consolidés par action</b>					
Résultat net courant <sup>(1) (3)</sup>	2,09	1,67	0,68	1,75	1,53
Résultat net, avant et après dilution <sup>(3)</sup>	1,48	1,14	0,02	1,49	1,43

<b>Dividende par action <sup>(3) (4)</sup></b>					
Acompte	0,22	0,22	0,22	0,22	0,20
Solde	0,63	0,58	0,53	0,53	0,48
Dividende global	0,85	0,80	0,75	0,75	0,68

(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 en juillet 2000.

(4) Hors avoir fiscal

# COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ – EXERCICE 2003

(en millions d'euros, sauf résultats par action exprimés en euros)	NOTES	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires</b>	19-20	<b>11 962</b>	<b>12 693</b>	<b>12 229</b>
Coût des ventes		(4 171)	(4 563)	(4 654)
<b>Marge brute</b>		<b>7 791</b>	<b>8 130</b>	<b>7 575</b>
Charges commerciales		(4 401)	(4 705)	(4 568)
Charges administratives		(1 208)	(1 417)	(1 447)
<b>Résultat opérationnel</b>	19-20	<b>2 182</b>	<b>2 008</b>	<b>1 560</b>
Frais financiers nets	21	(233)	(294)	(459)
Dividendes de participations non consolidées		18	8	21
Autres produits et charges nets	22	(349)	(405)	(455)
<b>Résultat avant impôts</b>		<b>1 618</b>	<b>1 317</b>	<b>667</b>
Impôts sur les bénéfices	23	(488)	(350)	(192)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	6	1	(18)	(42)
<b>Résultat net courant</b>		<b>1 131</b>	<b>949</b>	<b>433</b>
Amortissement des écarts d'acquisition	24	(300)	(262)	(168)
Part des intérêts minoritaires	15	(108)	(131)	(99)
Éléments inhabituels nets	25	–	–	(156)
<b>Résultat net comptable – part du Groupe</b>		<b>723</b>	<b>556</b>	<b>10</b>
<b>Résultat net comptable</b>		<b>831</b>	<b>687</b>	<b>100</b>
<b>Résultat net courant – part du Groupe</b>		<b>1 023</b>	<b>818</b>	<b>334</b>
<b>Résultat net courant par action</b>		<b>2,09</b>	<b>1,67</b>	<b>0,68</b>
<b>Résultat net par action</b>		<b>1,48</b>	<b>1,14</b>	<b>0,02</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul		489 844 910	488 852 554	488 064 659
<b>Résultat net courant par action après dilution</b>		<b>2,09</b>	<b>1,67</b>	<b>0,68</b>
<b>Résultat net par action après dilution</b>		<b>1,48</b>	<b>1,14</b>	<b>0,02</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul		489 844 910	488 852 554	488 072 374

# BILAN CONSOLIDÉ AU 31 DÉCEMBRE 2003

ACTIF (en millions d'euros)	NOTES	2003	2002	2001
<b>Actif immobilisé</b>				
Marques et autres immobilisations incorporelles		4 399	4 546	4 587
Dépréciations et amortissements		(497)	(347)	(279)
	3	3 902	4 199	4 308
Écarts d'acquisition		5 059	5 002	4 770
Amortissements		(1 649)	(1 371)	(1 254)
	4	3 410	3 631	3 516
Immobilisations corporelles		6 256	6 381	6 629
Amortissements		(2 588)	(2 531)	(2 421)
	5	3 668	3 850	4 208
<b>Autres immobilisations</b>				
Titres mis en équivalence	6	49	68	77
Autres titres de participation	7	848	869	1 386
Actions LVMH	11	404	362	318
Autres immobilisations financières		338	511	467
		1 639	1 810	2 248
<b>Total de l'actif immobilisé</b>		<b>12 619</b>	<b>13 490</b>	<b>14 280</b>
<b>Actif circulant</b>				
Stocks et en-cours	8	3 415	3 427	3 655
Créances clients et comptes rattachés	9	1 375	1 327	1 538
Autres créances et charges payées d'avance	10	1 202	1 202	1 352
Impôts différés à moins d'un an – nets	23	451	555	544
Actions LVMH	11	427	544	1 046
Valeurs mobilières de placement	12	231	60	622
Disponibilités	12	823	812	795
<b>Total de l'actif circulant</b>		<b>7 924</b>	<b>7 927</b>	<b>9 552</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>20 543</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>

PASSIF (en millions d'euros)	NOTES	2003 avant affectation	2003 après affectation	2002 avant affectation	2001 avant affectation
<b>Capitaux propres</b>					
Capital		147	147	147	147
Primes		1 736	1 736	1 736	1 736
Réserves		5 154	5 461	4 956	5 249
Acompte sur dividende		(103)	–	(103)	(101)
Écarts de conversion		(623)	(623)	(222)	(140)
Résultat de l'exercice		723	–	556	10
<b>Capitaux propres – part du groupe</b>	13	<b>7 034</b>	<b>6 721</b>	<b>7 070</b>	<b>6 901</b>
<b>Intérêts minoritaires</b>	15	<b>1 735</b>	<b>1 735</b>	<b>1 772</b>	<b>1 800</b>
<b>Total capitaux propres</b>		<b>8 769</b>	<b>8 456</b>	<b>8 842</b>	<b>8 701</b>
<b>Impôts différés à plus d'un an – nets</b>	23	<b>158</b>	<b>158</b>	<b>125</b>	<b>169</b>
<b>Dettes à plus d'un an</b>					
Titres à Durée Indéterminée (TDI)	16	158	158	222	284
Autres emprunts et dettes financières	16	4 207	4 207	4 554	5 402
Autres passifs à plus d'un an	17	1 133	1 133	1 073	1 250
<b>Total des dettes à plus d'un an</b>		<b>5 498</b>	<b>5 498</b>	<b>5 849</b>	<b>6 936</b>
<b>Dettes à moins d'un an</b>					
Part à moins d'un an des emprunts et dettes financières	16	871	871	274	238
Autres dettes financières	16	1 245	1 245	2 304	3 765
Fournisseurs et comptes rattachés		1 639	1 639	1 429	1 401
Impôts sur les résultats		61	61	61	–
Autres passifs à moins d'un an	18	2 302	2 615	2 533	2 622
<b>Total des dettes à moins d'un an</b>		<b>6 118</b>	<b>6 431</b>	<b>6 601</b>	<b>8 026</b>
<b>Total du passif</b>		<b>20 543</b>	<b>20 543</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>

# VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS – PART DU GROUPE

	(en nombre d'actions)		(en millions d'euros)					Capitaux propres
	Capital	dont titres d'autocontrôle	Capital	Primes	Réserves	Titres d'autocontrôle	Écarts de conversion	
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2001</b>	<b>489 858 345</b>	<b>5 234 790</b>	<b>147</b>	<b>1 735</b>	<b>5 583</b>	<b>(301)</b>	<b>(133)</b>	<b>7 031</b>
Dividendes au titre de 2000 : solde					(244)			(244)
Actions LVMH cédées <sup>(1)</sup>		(3 911 648)			13	198		211
Levée 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)
Écarts de conversion							(7)	(7)
<b>Au 31 décembre 2001</b>	<b>489 901 115</b>	<b>1 323 142</b>	<b>147</b>	<b>1 736</b>	<b>5 261</b>	<b>(103)</b>	<b>(140)</b>	<b>6 901</b>
Dividendes au titre de 2001 : solde					(246)			(246)
Actions LVMH cédées <sup>(1)</sup>		(953 142)			(43)	87		44
Levée d'options de souscription d'actions	36 295							–
Résultat net – part du Groupe					556			556
Dividendes au titre de 2002 : acompte					(103)			(103)
Écarts de conversion							(82)	(82)
<b>Au 31 décembre 2002</b>	<b>489 937 410</b>	<b>370 000</b>	<b>147</b>	<b>1 736</b>	<b>5 425</b>	<b>(16)</b>	<b>(222)</b>	<b>7 070</b>
Dividendes au titre de 2002 : solde					(271)			(271)
Actions LVMH cédées <sup>(1)</sup>		(370 000)			–	16		16
Résultat net – part du Groupe					723			723
Dividendes au titre de 2003 : acompte					(103)			(103)
Écarts de conversion							(401)	(401)
<b>Au 31 décembre 2003</b>	<b>489 937 410</b>	<b>–</b>	<b>147</b>	<b>1 736</b>	<b>5 774</b>	<b>–</b>	<b>(623)</b>	<b>7 034</b>

(1) voir Principes comptables Note 1.11

# TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
<b>I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>			
Résultat net – part du Groupe	723	556	10
Part des intérêts minoritaires	108	131	90
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence, nette des dividendes reçus	5	17	46
Dépréciations et amortissements des actifs immobilisés et charges à répartir	914	1 019	1 356
Variation des autres provisions	11	(386)	658
Variation des impôts différés	130	(142)	(304)
Plus ou moins-values de cessions d'actifs et d'actions LVMH	58	323	(937)
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>1 949</b>	<b>1 518</b>	<b>919</b>
Variation des stocks et en-cours	(222)	33	(358)
Variation des créances clients et comptes rattachés	(1)	64	128
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	88	82	(25)
Variation des autres créances et dettes	28	257	(90)
<b>VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>(107)</b>	<b>436</b>	<b>(345)</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>	<b>1 842</b>	<b>1 954</b>	<b>574</b>
<b>II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(70)	(80)	(80)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(508)	(479)	(904)
Cessions d'actifs immobilisés non financiers	82	177	149
Acquisitions de titres de participation	(78)	(92)	(445)
Reclassement entre titres de participation et valeurs mobilières de placement	–	–	(677)
Cession de titres de participations non consolidés	13	92	2 122
Variation des autres immobilisations financières	19	(182)	(431)
Incidences des variations du périmètre de consolidation	(209)	(160)	(628)
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>	<b>(751)</b>	<b>(724)</b>	<b>(894)</b>
<b>III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>			
Augmentation de capital des filiales souscrites par les minoritaires	70	13	38
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	196	516	(13)
Dividendes (y compris précompte) et acomptes versés dans l'exercice par LVMH	(374)	(349)	(343)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice aux minoritaires des filiales consolidées	(74)	(23)	(171)
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	1 452	523	2 469
Remboursements d'emprunts et dettes financières	(2 114)	(2 408)	(2 294)
Variation des autres valeurs mobilières de placement	(170)	182	880
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>	<b>(1 014)</b>	<b>(1 546)</b>	<b>566</b>
<b>IV. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION</b>	<b>(18)</b>	<b>(18)</b>	<b>2</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>59</b>	<b>(334)</b>	<b>248</b>
<b>TRÉSORERIE AU 1<sup>er</sup> JANVIER</b>	<b>544</b>	<b>878</b>	<b>630</b>
<b>TRÉSORERIE AU 31 DÉCEMBRE</b>	<b>603</b>	<b>544</b>	<b>878</b>
Opérations sans incidence sur les variations de la trésorerie : – investissements en crédit-bail	2	3	16

La variation de trésorerie analyse les mouvements sur l'exercice des disponibilités (sous déduction des découverts bancaires) et des quasi-disponibilités constituées des placements pouvant être rendus immédiatement liquides, à l'exclusion des valeurs mobilières de placement cotées.

Le rapprochement entre le montant de la trésorerie à la clôture de l'exercice, tels qu'ils apparaît dans le tableau de variation de trésorerie, et les postes de trésorerie du bilan est présenté en Note 12.



# ANNEXE AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

## 1. PRINCIPES COMPTABLES

### 1.1 Général

Les comptes consolidés 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. Ces principes ont été appliqués de façon constante au cours des trois derniers exercices.

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 résultats 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 31 – 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 détenues en commun 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.

Le Groupe n'exerce pas de contrôle exclusif ou conjoint, ou d'influence notable de fait vis à vis d'entités ou structures dans lesquelles aucune participation juridique ne serait détenue (« entités ad hoc »).

### 1.3 Méthodes de conversion, couverture des risques de change et 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 enregistrés 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, options de change et contrats assimilés en vie à la clôture sont réévalués au 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 au bilan 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, ou des instruments de change non affectés, 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 comptable d'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, du montant de la différence.

### 1.6 Immobilisations corporelles

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

Les actifs acquis par crédit-bail ou 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 de vignobles, jusqu'à ce que ceux-ci soient productifs (généralement 3 ans), sont enregistrés en immobilisations en cours.

### 1.7 Titres de participations non consolidés

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 chacune 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 déterminée sur la base de critères tels que la valeur de la quote-part du Groupe dans l'actif net, la valeur boursière ou les perspectives de rentabilité et de cash-flows, l'utilisation de ces critères étant pondérée 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.

Sont maintenues à l'actif du bilan les actions LVMH détenues par la maison mère LVMH SA dans le cadre réglementaire des programmes de rachat 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.

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH, calculée comme défini au 1.10 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une provision pour dépréciation est enregistrée, du montant de la différence. Pour les actions affectées aux plans d'options, le calcul de la dépréciation s'apprécie plan par plan lorsque les options correspondantes sont présumées exerçables (valeur de marché de l'action supérieure au prix d'exercice de l'option), et par rapport aux prix de revient moyen d'ensemble des plans concernés lorsque ceux-ci sont présumés non exerçables (valeur de marché de l'action inférieure au prix d'exercice de l'option).

En outre, lorsque la valeur des actions LVMH affectées aux plans d'options, nette de dépréciation, est supérieure au prix d'exercice prévu par chacun des plans, une provision pour risques et charges est comptabilisée, du montant de la différence.

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 cessions 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 actif ou retraité

Lorsque les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux, et autres engagements font l'objet de cotisations versées par les sociétés du Groupe à des organismes extérieurs qui assument l'engagement correspondant au paiement des

allocations ou au remboursement des frais médicaux, 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 indemnités de départ à la retraite, 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 financiers, le montant de ces placements dédiés vient en déduction, au bilan, de l'engagement actuariel.

L'engagement actuariel est calculé sur la base d'évaluations propres à chaque pays et à chaque société du Groupe ; ces évaluations intègrent notamment des hypothèses de progression des salaires, d'inflation, d'espérance de vie, de rotation des effectifs et de rentabilité des placements dédiés.

Les effets cumulés des écarts actuariels sont amortis dès lors que ceux-ci excèdent 10 % du montant de l'engagement, brut des placements dédiés, ou de la valeur de marché de ces placements 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 du personnel concerné.

### 1.14 Frais de recherche et développement

Les frais de recherche et développement, y compris les frais de packaging, sont constatés en charges de 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 concerné.

### 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, à l'actif du bilan, 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 inclut à la fois des ventes au détail dans le cadre des magasins du Groupe et 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 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.

### • Activités en partenariat 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. 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 de charges des structures communes 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 probables, 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 publicitaires avec le distributeur. Ces dépenses sont comptabilisées en charges commerciales.

## 1.18 Utilisation d'estimations

Dans le cadre du processus normal d'établissement des comptes consolidés, la détermination de certains soldes comptables du bilan ou compte de résultat nécessite l'utilisation d'hypothèses, estimations ou appréciations. Il s'agit notamment de la valorisation des actifs incorporels, de la détermination du montant des provisions pour risques et charges ou des provisions pour dépréciation des stocks. Ces hypothèses, estimations ou appréciations sont établies sur la base d'informations ou situations existant à la date d'établissement des comptes, qui peuvent le cas échéant se révéler différentes de la réalité.

## 1.19 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'ils s'agissent 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.

## 1.20 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 diminution 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 2003

#### Vins et Spiritueux

En juin et septembre 2003, LVMH a cédé la marque de cognac Hine et les champagnes Canard-Duchêne pour 15 et 40 millions d'euros respectivement, Moët Hennessy conservant toutefois une partie du stock de Canard-Duchêne.

#### Mode et Maroquinerie

Au cours de l'exercice, LVMH a porté sa participation dans Fendi de 67 à 84 %, pour un montant de 191 millions d'euros, cet investissement donnant lieu à enregistrement d'un écart d'acquisition complémentaire de 73 millions d'euros.

En février 2003, LVMH a porté à sa participation dans Rossimoda, structure italienne de fabrication de souliers haut de gamme, de 45 à 97 % ; l'investissement total, de 56 millions d'euros, a été comptabilisé en écart d'acquisition à hauteur de 43 millions d'euros.

#### Parfums et Cosmétiques

En décembre 2003, LVMH a cédé les cosmétiques et centres de soins Bliss, pour 15,5 millions d'euros, et les licences dont bénéficiait LVMH pour les marques de parfums Michael Kors, Marc Jacobs, et Kenneth Cole ont été cédées au cours de l'exercice pour un montant global de 59 millions d'euros.

LVMH a porté sa participation dans le groupe Laflachère (La Brosse et Dupont) de 57 à 99 % ; l'investissement, de 42 millions d'euros, a donné lieu à écart d'acquisition complémentaire de 48 millions d'euros.

Enfin la participation du Groupe dans Acqua di Parma, qui était de 50 %, a été portée à 100 %, soit un investissement de 9 millions d'euros.

#### Montres et Joaillerie

En décembre 2003, LVMH a signé un protocole d'accord pour la cession de la marque Ebel et des actifs industriels et d'exploitation correspondant ; le prix prévu par ce protocole, qui deviendra définitif début 2004, est de 40 millions d'euros.

#### Autres activités

L'Etude Tajan a été cédée fin 2003 pour un montant symbolique.

La joint-venture constituée avec le diamantaire de Beers (voir exercice 2001) a été consolidée par intégration proportionnelle à compter de l'exercice 2003 ; elle était comptabilisée antérieurement par mise en équivalence.

Les sociétés acquises ou cédées ont été respectivement consolidées ou déconsolidées à la date de réalisation de l'opération.

### 2.2 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 Belvedere 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 États-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 1<sup>er</sup> 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, est 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.

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

### 2.3 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 USD 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 commune constituée à l'origine pour cet investissement. 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 1<sup>er</sup> 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 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 est 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 assume depuis 2002, sur la base d'une licence exclusive, la diffusion mondiale de produits de joaillerie diamantaire, dans un réseau de magasins en cours de constitution 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 du 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 de 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.

#### 2.4 Données pro forma et effets sur la trésorerie

Des comptes de résultat simplifiés pro forma sont présentés ci-dessous pour les exercices 2002 et 2003, sur la base des hypothèses suivantes :

- Les cessions et acquisitions de 2002 sont réputées faites au 1<sup>er</sup> janvier 2002 ;
- En cas de cession en 2003, un nombre de mois d'activité comparable est retenu en 2002 et 2003 ;
- En cas d'acquisition d'intérêts minoritaires en 2003, ces opérations sont réputées réalisées en 2002.

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)	2003 pro forma	2002 pro forma
Chiffre d'affaires	11 962	12 639
dont : - <i>Vins et Spiritueux</i>	2 116	2 237
- <i>Mode et Maroquinerie</i>	4 149	4 224
- <i>Parfums et Cosmétiques</i>	2 181	2 285
- <i>Montres et Joaillerie</i>	502	552
- <i>Distribution sélective</i>	3 039	3 337
Résultat opérationnel	2 182	2 020
Résultat avant impôts	1 603	1 493
Résultat net courant - part du Groupe	1 011	990
Résultat net - part du Groupe hors éléments inhabituels	711	721

Les effets marginaux des variations de périmètre de l'exercice, sur la structure du bilan au 31 décembre 2003, sont les suivants :

(en millions d'euros)		
Marques et autres immobilisations incorporelles	(7)	Capitaux propres (27)
Écarts d'acquisition	188	Intérêts minoritaires (69)
Immobilisations corporelles nettes	8	Dettes financières nettes 253
Actifs circulants nets	(57)	Autres passifs à plus d'un an 5
Autres actifs	14	Autres passifs à moins d'un an (16)
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>146</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, mais majoré des éventuels différés de paiement des acquisitions, s'élève à 209 millions d'euros (160 millions d'euros en 2002).

Ce chiffre représente principalement en 2003 les effets de l'augmentation de la participation de LVMH dans Fendi (191 millions d'euros), Rossimoda (33 millions d'euros) et La Brosse & Dupont (42 millions d'euros) ; il représente également les paiements différés de titres Fendi acquis antérieurement soit 86 millions d'euros.

A l'inverse, les cessions ont contribué positivement à hauteur de plus de 160 millions d'euros ; ce montant résulte notamment de la cession de Hine et Canard-Duchêne, et de la cession des licences de parfums Michael Kors, Marc Jacobs, et Kenneth Cole.

En 2002, il s'agissait essentiellement des investissements dans Fendi (196 millions d'euros), Millennium (77 millions d'euros), Thomas Pink (28 millions d'euros), et de l'effet positif de la cession de certains actifs de Pommery (152 millions d'euros).

### 3. MARQUES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	Devise	2003			2002	2001
		Valeur brute	Dépréciations Amortissements	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Fendi		809	(2)	807	807	809
Guerlain		441	–	441	441	441
Céline		351	(70)	281	281	351
Loewe		122	–	122	122	122
Veuve Clicquot		113	–	113	113	113
Château d'Yquem		108	–	108	108	108
Krug		100	–	100	100	100
Autres (< 100 M Eur)		336	(24)	312	320	377
<b>Marques en euros</b>		<b>2 380</b>	<b>(96)</b>	<b>2 284</b>	<b>2 292</b>	<b>2 421</b>
Tag Heuer	CHF	796	–	796	854	837
Donna Karan New York	USD	410	–	410	494	460
Ebel	CHF	117	(117)	–	125	123
Autres (< 100 M Eur)		221	(7)	214	250	277
<b>Marques en devises</b>		<b>1 544</b>	<b>(124)</b>	<b>1 420</b>	<b>1 723</b>	<b>1 697</b>
<b>Marques</b>		<b>3 924</b>	<b>(220)</b>	<b>3 704</b>	<b>4 015</b>	<b>4 118</b>
Droits au bail		152	(57)	95	87	93
Logiciels		175	(127)	48	41	53
Autres		148	(93)	55	56	44
<b>Total</b>		<b>4 399</b>	<b>(497)</b>	<b>3 902</b>	<b>4 199</b>	<b>4 308</b>

- Les droits au bail concernent principalement des magasins de la marque Louis Vuitton et de l'enseigne Sephora.
- Les marques acquises non détaillées dans les rubriques « Autres » ci-dessus sont principalement :
  - Vins et Spiritueux : 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, Make Up for Ever, BeneFit Cosmetics et Fresh ;
  - Montres et Joaillerie : Zénith, 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.
- Les marques sont valorisées à titre principal par la méthode des cash-flows, c'est à dire à partir des flux de trésorerie prévisionnels qui leur sont attribuables. D'autres méthodes sont utilisées qui peuvent conduire à corriger les valorisations issues 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 référence 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, basée sur les multiples de chiffre d'affaires et de résultat retenus lors de transactions récentes portant sur des marques similaires, ou sur les multiples boursiers applicables aux activités concernées.

Les données prévisionnelles utilisées dans le cadre de la méthode des cash-flows proviennent des budgets et plans établis par la direction de la société exploitant la marque ; les cash-flows prévisionnels sont actualisés, et le cas échéant pondérés en fonction de la probabilité de la survenance de

chacun des scénarios futurs 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.

A fin 2003, ces calculs ont été effectués à partir des paramètres suivants :

- Le taux de croissance à l'infini retenu dans la détermination des cash-flow prévisionnels a été le plus souvent de 2 %, le positionnement de la marque sur son marché, sa maturité ou son potentiel de développement justifiant dans certains cas un pourcentage supérieur ou inférieur d'un demi-point.
- Les taux d'actualisation utilisés, différenciés selon le métier et le risque propre à la marque, ont été les suivants :

Vins et spiritueux	6,0 %
Autres marques de luxe	8,0 % à 8,5 %
Distribution sélective	7,0 %

Des méthodes identiques sont utilisées pour la valorisation des écarts d'acquisition.

- La variation de la valeur des marques au bilan sur l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Dépréciations		Valeur nette
	Valeur brute	Amortissements	
<b>Solde au 31 décembre 2002</b>	<b>4 105</b>	<b>(90)</b>	<b>4 015</b>
Effets des variations de périmètre	(2)	–	(2)
Variations des dépréciations et amortissements	–	(133)	(133)
Effets des variations de change	(179)	3	(176)
<b>Solde au 31 décembre 2003</b>	<b>3 924</b>	<b>(220)</b>	<b>3 704</b>

Les variations des dépréciations et amortissements incluent à hauteur de 117 millions d'euros la dépréciation de la marque Ebel (voir Note 2 – Variations de périmètre).

#### 4. ÉCARTS D'ACQUISITION ET IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ASSIMILÉES

(en millions d'euros)	Devise	Durée d'amortissement	2003			2002	2001
			Brut	Dépréciations Amortissements	Net	Net	Net
DFS		20	1 996	(769)	1 227	1 321	1 415
Sephora		5 à 20	589	(155)	434	471	504
Louis Vuitton		40	419	(68)	351	362	372
Fendi		20	424	(53)	371	323	218
Veuve Clicquot Ponsardin		40	292	(130)	162	170	177
La Brosse & Dupont		25	114	(47)	67	55	57
La Samaritaine		20	59	(9)	50	53	54
Rossimoda		10	43	(4)	39	0	0
Autres (< 40 M Euros)			408	(212)	196	200	185
Écarts d'acquisition en euros			4 344	(1 447)	2 897	2 955	2 982
Miami Cruiseline	USD	20	251	(51)	201	270	340
Donna Karan	USD	20	181	(18)	162	203	0
Millennium	USD	15	57	(5)	52	66	0
e-Luxury	USD	3	32	(21)	11	25	45
Autres (< 30 M Euros)	Divers		131	(60)	71	86	129
Écarts d'acquisition en devises			652	(155)	497	650	514
<b>Écarts d'acquisition</b>			<b>4 996</b>	<b>(1 602)</b>	<b>3 394</b>	<b>3 605</b>	<b>3 496</b>
Fonds de commerce			63	(47)	16	26	20
<b>Total</b>			<b>5 059</b>	<b>(1 649)</b>	<b>3 410</b>	<b>3 631</b>	<b>3 516</b>

- 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 DFS :

Les crises successives survenues au niveau mondial depuis la prise de contrôle de DFS par LVMH : crise économique du Sud-Est Asiatique, attentats 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, avaient réduit en 2001 l'importance du tourisme japonais, principale clientèle de DFS, et leur pouvoir d'achat.

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 sur 15 ans.

- Les méthodes de valorisation des écarts d'acquisition sont identiques à celles décrites Note 3 pour les marques.
- Les variations du solde net des écarts d'acquisition sur l'exercice s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Valeur brute	Dépréciations Amortissements	Valeur nette
<b>Solde au 31 décembre 2002</b>	<b>4 934</b>	<b>(1 329)</b>	<b>3 605</b>
Dotation aux amortissements et provisions	–	(300)	(300)
Effets des variations de périmètre	184	4	188
Effets des variations de change	(120)	23	(98)
Autres	(2)	–	(2)
<b>Solde au 31 décembre 2003</b>	<b>4 996</b>	<b>(1 602)</b>	<b>3 394</b>

Voir Note 2 – Variations de périmètre

Note 24 – Charge d'amortissement des écarts d'acquisition.

Les effets des variations de périmètre sont liés à l'augmentation de la participation de LVMH au cours de l'exercice dans Fendi, Rossimoda et Laflachère.

## 5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	2003			2002	2001
	Brut	Amort.	Net	Net	Net
Terrains	796	(9)	787	829	904
Terres à vignes et vignobles	430	(54)	376	365	367
Constructions	1 570	(550)	1 020	1 223	1 347
Installations techniques, matériels et outillages	2 739	(1 594)	1 145	444	580
Autres immobilisations corporelles	721	(381)	340	989	1 010
	<b>6 256</b>	<b>(2 588)</b>	<b>3 668</b>	<b>3 850</b>	<b>4 208</b>
dont immobilisations financées par crédit-bail ou location longue durée	297	(123)	174	216	249

Les variations des immobilisations corporelles au cours de l'exercice 2003 s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Brut	Amort.	Net
<b>Solde au 31 décembre 2002</b>	<b>6 381</b>	<b>(2 531)</b>	<b>3 850</b>
Acquisitions	525	–	525
Cessions, mises hors service	(248)	160	(88)
Dotations aux amortissements	–	(405)	(405)
Effets des variations de périmètre	5	10	15
Effets des variations de change	(407)	178	(229)
<b>Solde au 31 décembre 2003</b>	<b>6 256</b>	<b>(2 588)</b>	<b>3 668</b>
dont acquisitions financées par crédit-bail ou location longue durée	2	–	–

Les acquisitions d'immobilisations corporelles sont essentiellement liées aux investissements dans les réseaux de distribution de Louis Vuitton et de Sephora, ainsi qu'à des travaux de rénovation d'immeubles détenus par la Samaritaine.

## 6. TITRES MIS EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Bonhams & Brooks PS&N Ltd (Royaume-Uni)	37	37	41
De Beers LV Ltd (Royaume-Uni) (**)	–	9	16
e-Luxury.com Inc (États-Unis) (*)	–	–	–
Millennium Import LLC (États-Unis)	4	7	–
Autres titres	8	15	20
<b>Part dans l'actif net des participations mises en équivalence</b>	<b>49</b>	<b>68</b>	<b>77</b>

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Bonhams & Brooks PS&N Ltd	NS	(4)	–
De Beers LV Ltd (**)	–	(9)	(4)
e-Luxury.com Inc (*)	–	–	(31)
Millennium Import LLC	4	2	–
Autres titres	(3)	(7)	(7)
<b>Part dans le résultat des participations mises en équivalence</b>	<b>1</b>	<b>(18)</b>	<b>(42)</b>

(\*) Société intégrée globalement le 31 décembre 2001

(\*\*) Société consolidée par intégration proportionnelle à compter de 2003

Au 31 décembre 2003, les données relatives aux principales participations mises en équivalence sont les suivantes :

(en millions d'euros)	Chiffre d'affaires	Resultat net	Total de l'actif	Capitaux propres
Bonhams & Brooks PS&N Ltd <sup>(1)</sup>	60,2	(0 7)	114,8	58,0
Millennium Import LLC <sup>(1)</sup>	57,7	9,0	50,3	18,6

(1) données provisoires

## 7. AUTRES TITRES DE PARTICIPATIONS

(en millions d'euros)	2003			2002	2001
	Brut	Provisions	Net	Net	Net
Titres Bouygues SA (France)	819	(314)	505	537	737
Autres participations	464	(121)	343	332	649
<b>Participations non consolidées</b>	<b>1 283</b>	<b>(435)</b>	<b>848</b>	<b>869</b>	<b>1 386</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)	4,6 %	505	6	6 192	450	425
Tod's Spa (Italie)	3,5 %	47	–	402	26	37
Participations dans divers fonds Internet (USA) <sup>(1)</sup>	N D	27	–	ND	ND	–
Interparfums Inc. (USA) <sup>(1)</sup>	18 %	14	–	77	10	29
Project Sloane Ltd. « Joseph » (UK) <sup>(1)</sup>	10 %	7	1	62	–	–
Autres participations	–	49	1	–	–	–
<b>Participations inférieures à 20 %</b>		<b>649</b>	<b>8</b>			
Pechel Industries SAS (France)	40 %	33	10	103	31	–
L Capital FCPR (France)	44 %	117	–	120	(5)	–
SFMI Micromania SA (France) <sup>(1)</sup>	35 %	15	–	37	9	–
Sociedad Textil Lonia SA (Espagne) <sup>(1)</sup>	25 %	9	–	17	2	–
Autres participations	–	1	–	–	–	–
<b>Participations comprises entre 20 % et 50 %</b>		<b>175</b>	<b>10</b>			
Autres participations		24	–			
<b>Participations supérieures à 50 %</b>		<b>24</b>	<b>–</b>			
		<b>848</b>	<b>18</b>			

(1) Les données comptables fournies sont antérieures au 31.12.2003, les chiffres à fin 2003 étant indisponibles à la date d'établissement de ce rapport.

(2) Moyenne des cotations boursières de décembre 2003.

Les participations détenues à plus de 20 %, apparaissant dans le tableau ci-dessus, 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.

La valeur de la participation dans Bouygues a fait l'objet d'une provision pour dépréciation, calculée selon des critères prenant en compte la baisse durable 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.

## 8. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	1 787	1 683	1 707
Autres matières premières et en cours	389	453	453
	2 176	2 136	2 160
Marchandises	509	745	852
Produits finis	1 302	1 137	1 235
	1 811	1 882	2 087
<b>Valeur brute</b>	<b>3 987</b>	<b>4 018</b>	<b>4 247</b>
Provision pour dépréciation	(572)	(591)	(592)
<b>Valeur nette</b>	<b>3 415</b>	<b>3 427</b>	<b>3 655</b>

Voir également Note 19 – Renseignements par groupes d'activités

## 9. CLIENTS

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Montant brut	1 462	1 457	1 636
Provision pour dépréciation	(87)	(130)	(98)
<b>Montant net</b>	<b>1 375</b>	<b>1 327</b>	<b>1 538</b>

## 10. AUTRES CRÉANCES À MOINS D'UN AN

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Opérations de couverture de change	428	215	246
État : impôt sociétés	–	–	47
autres impôts et taxes	263	243	243
Fournisseurs : avances et acomptes	60	45	94
Charges constatées d'avance	205	199	216
Autres créances nettes	246	500	506
<b>Total</b>	<b>1 202</b>	<b>1 202</b>	<b>1 352</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 18).

## 11. ACTIONS LVMH

Le portefeuille d'actions LVMH s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2003		2002	2001
	Nombre	Euros	Euros	Euros
<b>À plus d'un an :</b>				
– plans d'options d'achat				
montant brut	7 604 662	455	400	318
provision pour dépréciation		(51)	(38)	–
	<b>7 604 662</b>	<b>404</b>	<b>362</b>	<b>318</b>
provision pour risques et charges		(71)	(20)	(2)
<b>À moins d'un an :</b>				
– plans d'options d'achat	11 828 630	419	250	193
– valeurs de placement :				
montant brut	145 000	8	430	1 196
provision pour dépréciation		–	(136)	(343)
	<b>11 973 630</b>	<b>427</b>	<b>544</b>	<b>1 046</b>
provision pour risques et charges		(4)	(4)	(4)
<b>Valeur nette du portefeuille</b>	<b>19 578 292</b>	<b>756</b>	<b>882</b>	<b>1 358</b>

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

(en millions d'euros)	Valeurs mobilières de placement		Plans d'options d'achat	
	Nombre	Euros	Nombre	Euros
<b>Au 31 décembre 2002</b>	<b>7 050 600</b>	<b>294</b>	<b>16 702 409</b>	<b>588</b>
Achats	5 030 761	224	779 085	30
Transferts	(2 429 145)	(206)	2 429 145	206
Levées d'options	–	–	(477 347)	(12)
Cessions à valeur de vente	(9 507 216)	(421)	–	–
Plus ou (moins) value de cession brute	–	(19)	–	–
Variation des provisions	–	136	–	(64)
<b>Au 31 décembre 2003</b>	<b>145 000</b>	<b>8</b>	<b>19 433 292</b>	<b>748</b>

## 12. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT ET DISPONIBILITÉS

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et FCP	222	47	454
Valeurs mobilières de placement cotées	24	30	202
Provision pour dépréciation	(15)	(17)	(34)
<b>Valeur mobilières de placement</b>	<b>231</b>	<b>60</b>	<b>622</b>
Valeur de marché du portefeuille	234	61	692
Dépôts à terme à plus de 3 mois	51	76	9
Dépôts à terme à moins de 3 mois	109	93	59
Comptes bancaires ordinaires	663	643	727
<b>Disponibilités</b>	<b>823</b>	<b>812</b>	<b>795</b>
Dont comptes bloqués	6	4	5

Au 31 décembre 2003 la trésorerie nette à la clôture, figurant dans le tableau de variation de la trésorerie s'élève à 603 millions d'euros ; le rapprochement de ce montant avec les données présentées ci-dessus s'établit de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Valeurs mobilières de placement (parts de SICAV et FCP nettes)	32	30	439
Disponibilités	823	812	795
Découverts bancaires	(252)	(298)	(356)
<b>Trésorerie nette</b>	<b>603</b>	<b>544</b>	<b>878</b>

## 13. CAPITAUX PROPRES

### 13.1 Capital

Le nombre d'actions émises au 31 décembre 2003, de 0,3 euro de valeur nominale, est de 489 937 410 (489 937 410 en 2002 ; 489 901 115 en 2001), dont 213 945 124 à droit de vote double ; ce droit est accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans.

Au 31 décembre 2003, le capital autorisé est de 604 635 532 actions.

Le nombre moyen d'actions en circulation au titre de l'exercice 2003 est de 489 844 910 (488 852 554 en 2002 ; 488 064 659 en 2001) et reste identique après dilution (488 852 554 en 2002 ; 488 072 374 en 2001).

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 2 249 millions d'euros au 31 décembre 2003, après déduction de la proposition de distribution de dividendes de 416 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 au 31 décembre 2003, ainsi que leur variation sur l'exercice, nette des effets de couverture des actifs nets en devises, s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Au 31 décembre	Variation
Dollar US	(710)	(348)
Dollar Hong Kong	(45)	(2)
Yen	(42)	(3)
Peso argentin	(44)	(1)
Franc suisse	168	(26)
Euro	93	–
Autres	(43)	(21)
<b>Total</b>	<b>(623)</b>	<b>(401)</b>

Le montant en euros inscrit dans le tableau ci-dessus correspond à l'écart de conversion provenant 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 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.

Pour l'ensemble des plans, la parité est de une action pour une option attribuée.

Les plans ouverts au 31 décembre 2003, détaillés ci-après, sont exclusivement des plans d'achat.

##### • Analyse des plans

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 2003 <sup>(3)</sup>	Nombre d'options non exercées au 31/12/2003 <sup>(3)</sup>
25 mai 1992						
//	16 mars 1994	139 031	364	17,84	17 845	1 576 835
//	17 juin 1994	1 250	1	17,68	7 565	–
//	22 mars 1995	256 903	395	20,89	14 350	417 520
8 juin 1995	30 mai 1996	233 199	297	34,15	46 785	714 935
//	29 mai 1997	233 040	319	37,50	40 480	1 028 740
//	29 janvier 1998	269 130	346	25,92	251 530	1 014 315
//	16 mars 1998	15 800	4	31,25	16 500	70 400
//	20 janvier 1999	320 059	364	32,10	26 275	1 657 760
//	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	3 256 700	968	43,30	–	3 249 100
//	22 janvier 2002	27 400	25	45,70	–	27 400
//	15 mai 2002	8 560	2	54,83	–	8 560
//	22 janvier 2003	3 155 225	941	37,00	–	3 155 225
//	22 janvier 2003	58 500	38	38,73	–	58 500
<b>Total</b>					<b>477 347</b>	<b>19 433 292</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).

• Mouvements au cours de l'exercice

En nombre d'options	2003	2002	2001
Options non exercées au 1 <sup>er</sup> janvier	16 702 409	13 725 832	9 769 865
Options attribuées	3 213 725	3 292 660	4 397 452
Options exercées	(477 347)	(260 923)	(437 410)
Options devenues caduques	(5 495)	(55 160)	(4 075)
Options non exercées au 31 décembre	19 433 292	16 702 409	13 725 832

## 15. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	Notes	2003	2002	2001
Au 1 <sup>er</sup> janvier		1 772	1 800	1 481
– dividendes versés aux minoritaires		(74)	(23)	(171)
– part des minoritaires dans le résultat courant	(1) (4)	108	131	99
– part des minoritaires dans les éléments inhabituels		–	–	(9)
– effets des variations de périmètre :				
• consolidation de Fendi	(2)	–	–	184
La Samaritaine		–	(2)	150
de Pury & Luxembourg Art		–	–	43
Donna Karan		–	49	–
• acquisitions de parts de minoritaires	(3)	(117)	(159)	–
• autres variations de périmètre		4	16	9
– augmentations de capital souscrites par les minoritaires	(4)	70	–	–
– variation de l'écart de conversion		(28)	(40)	14
Au 31 décembre		1 735	1 772	1 800

- (1) Ce montant représente à hauteur de 170 millions d'euros la part de Diageo dans les résultats de Moët Hennessy, holding des activités « Vins et Spiritueux » de LVMH, dont Diageo détient 34 %.  
Voir également Note 4 ci-dessous.
- (2) Fendi a été consolidée par intégration proportionnelle en 2001, à hauteur de 50 %, la part de LVMH étant de 25,50 % puis par intégration globale en 2002, LVMH détenant 51 % du capital, la participation de LVMH augmentant progressivement par la suite.
- (3) Principalement Fendi et Thomas Pink en 2002, et Fendi en 2003.  
Voir note 2 – Variations de périmètre
- (4) En 2003, DFS a procédé à une augmentation de capital souscrite par le minoritaire à hauteur de 70 millions d'euros ; un montant identique a été repris dans la part des minoritaires dans le résultat courant, correspondant aux pertes transférées au Groupe antérieurement à cette augmentation de capital.

## 16. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

### 16.1 Analyse de la dette financière par nature

L'endettement brut au bilan s'élève à 6 481 millions d'euros au 31 décembre 2003, contre 7 354 millions au 31 décembre 2002 et se décompose de la façon suivante :

- **Dettes financières à plus d'un an**

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
<b>Titres à Durée Indéterminée (TDI)</b>	<b>158</b>	<b>222</b>	<b>284</b>
Emprunts obligataires et EMTN	3 245	3 129	3 766
Crédit-bail et locations de longue durée	110	128	167
Emprunts auprès des établissements de crédit	727	1 086	1 246
Tirages sur lignes de crédit à long terme	125	211	223
<b>Autres emprunts et dettes financières à plus d'un an</b>	<b>4 207</b>	<b>4 554</b>	<b>5 402</b>
<b>Dettes financières à plus d'un an</b>	<b>4 365</b>	<b>4 776</b>	<b>5 686</b>

- **Dettes financières à moins d'un an**

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Emprunts obligataires et EMTN	768	166	188
Crédit-bail et locations de longue durée	14	16	11
Autres emprunts et lignes de crédit	89	92	39
<b>Part à moins d'un an des dettes à plus d'un an</b>	<b>871</b>	<b>274</b>	<b>238</b>
Emprunts obligataires et EMTN	101	–	–
Billets de trésorerie	445	1 447	2 837
Autres emprunts et lignes de crédit	447	559	570
Découverts bancaires	252	298	358
<b>Autres dettes financières</b>	<b>1 245</b>	<b>2 304</b>	<b>3 765</b>
<b>Dettes financières à moins d'un an</b>	<b>2 116</b>	<b>2 578</b>	<b>4 003</b>
<b>Total des dettes financières</b>	<b>6 481</b>	<b>7 354</b>	<b>9 689</b>

## 16.2 Titres à durée indéterminée (TDI)

(en millions d'euro)	Intérêt nominal	2003	2002	2001
EUR 762 000 000 ; 1990	Euribor 6 mois + 0,45 %	98	147	195
EUR 222 000 000 ; 1992	9,70 %	60	75	89
<b>Total</b>		<b>158</b>	<b>222</b>	<b>284</b>

Les emprunts obligataires perpétuels mentionnés ci-dessus, émis sous forme de titres subordonnés à durée indéterminée (TSDI), ont été transformés en titres à durée indéterminée (TDI) en 1996, par avenant à la convention d'émission d'origine.

A nature de créance chirographaire ordinaire, les TDI sont depuis cette date remboursables de droit dans les seuls cas de liquidation judiciaire ou de dissolution anticipée de la société LVMH sauf fusion ou scission.

Bien qu'ayant un caractère perpétuel, les TDI figurent au bilan consolidé pour un montant dont le solde comptable diminue 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 acheter 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 chaque exercice du montant des produits générés par les placements, 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.

### 16.3 Emprunts obligataires et EMTN

(en millions d'euros)	Echéance	Intérêt nominal	2003	2002	2001
EUR 750 000 000 : 2003	2010	5,00 %	750	–	–
EUR 500 000 000 : 2001	2008	6,125 %	500	500	500
EUR 850 000 000 : 2001	2004	5,375 %	708	850	850
EUR 600 000 000 : 2000	2005	5,75 %	600	600	600
EUR 800 000 000 : 1999	2006	5,00 %	800	800	800
FRF 1 300 000 761 : 1998 indexé	2005	1,00 %	33	71	198
FRF 1 500 000 000 : 1996	2002	5,25 %	–	–	229
<b>Émissions publiques</b>			<b>3 391</b>	<b>2 821</b>	<b>3 177</b>
en euros			433	312	570
en devises			290	162	207
<b>Placements privés EMTN</b>			<b>723</b>	<b>474</b>	<b>777</b>
<b>Total emprunts obligataires et EMTN</b>			<b>4 114</b>	<b>3 295</b>	<b>3 954</b>

En 2003, LVMH a procédé à une émission obligataire publique d'un montant nominal de 750 millions d'euros et d'une maturité à 7 ans comportant un coupon de 5 % ; cet emprunt a été transformé à l'émission, par swap, en un emprunt à taux variable.

### 16.4 Analyse de la dette par échéance

La répartition de la dette par échéance, au 31 décembre 2003, est la suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2003
Exercices	
2004	2 116
2005	1 136
2006	1 264
2007	174
2008	873
Au-delà	918
<b>Total</b>	<b>6 481</b>

Les placements privés et les émissions obligataires publiques réalisés depuis mai 2000 sont effectués dans le cadre d'un programme d'émission EMTN (Euro Medium Term Notes), d'un montant plafond de 5 milliards d'euros.

Au 31 décembre 2003, l'encours des émissions réalisées dans le cadre de ce programme s'élève à 2 745 millions d'euros.

Au 31 décembre 2003, les lignes de crédit irrévocables non encore utilisées totalisent 3,7 milliards d'euros. En particulier, celles dont les échéances sont à plus d'un an atteignent environ 1,6 milliard d'euros.

En raison de ces engagements, une fraction de la part 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 178 millions d'euros.

En outre, en raison de l'existence d'autorisations de renouvellement, une partie des dettes financières à moins d'un an a été reclassée en emprunts et dettes financières à plus d'un an, soit 125 millions d'euros au 31 décembre 2003 (573 et 579 millions d'euros respectivement aux 31 décembre 2002 et 2001).

### 16.5 Analyse de la dette par devise

Au 31 décembre 2003, la répartition de la dette par devise, en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis concomitamment ou postérieurement à l'émission, s'analyse de la façon suivante au 31 décembre 2003 :

(en millions d'euros)		
Devises	A l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture
Euro	5 520	4 655
Dollar US	231	269
Franc Suisse	5	951
Yen	512	433
Dollar de Hong Kong	54	33
Dollar de Singapour	67	6
Autres devises	92	134
<b>Total</b>	<b>6 481</b>	<b>6 481</b>

De façon générale, la composition de la dette en devises a pour objet de couvrir des actifs nets en devises, issus notamment de l'acquisition de sociétés hors zone Euro.

Voir en Note 26, le détail des instruments de couverture de la dette en vie au 31 décembre 2003.

### 16.6 Analyse de la dette par taux

La ventilation de la dette par nature de taux au 31 décembre 2003, est la suivante :

(en millions d'euros)		
	Avant effet des instruments de couverture	Après effet des instruments de couverture
Taux variable	1 831	2 586
Taux variable plafonné	—	1 680
Taux fixe	4 650	2 215
<b>Dette totale</b>	<b>6 481</b>	<b>6 481</b>

### 16.7 Coût moyen de la dette et informations relatives à la sensibilité

- Le coût moyen de la dette, après prise en compte des instruments de couverture, est de 3,7 % pour l'exercice 2003 (3,8 % au titre de l'exercice 2002).
- Compte tenu de la structure de la dette par devise au 31 décembre 2003, et après prise en compte des contrats de couverture existant à cette date, une hausse instantanée de 1 % sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une variation de 28 millions d'euros du résultat financier de l'exercice.

### 16.8 Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière nette à court terme soit 1,1 milliard d'euros, ou de l'en-cours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,4 milliard d'euros. Au regard du non renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,7 milliards d'euros.

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

#### • Covenants

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 ratio dette nette sur capitaux propres, ces engagements concernent désormais la couverture de la dette nette par les flux financiers de l'année.

#### • Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2003, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,7 milliards d'euros.

#### • Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2003, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles n'est pas significatif.

## 17. AUTRES PASSIFS À PLUS D'UN AN

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés <sup>(1)</sup>	200	177	256
Provisions pour risques et charges	555	480	548
Provisions pour réorganisation	66	80	160
Provision pour participation du personnel aux résultats <sup>(2)</sup>	56	51	49
Différé de règlement de litres de participations	146	182	114
Autres dettes	110	103	123
	<b>1 133</b>	<b>1 073</b>	<b>1 250</b>

(1) Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2002, les placements dédiés venant en couverture des engagements ne figurent plus à l'actif du bilan mais sont déduits du montant des provisions constituées; au 31 décembre 2001, les placements dédiés figurant à l'actif du bilan étaient de 81 millions d'euros.

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

Les provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés sont analysées en Note 29.

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 2003, les soldes de provisions pour risques et charges et pour réorganisation ont évolué de la façon suivante :

	31 décembre 2002	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 décembre 2003
Provisions pour risques et charges	480	99	(32)	(29)	5	32	555
Provisions pour réorganisation	80	14	(16)	–	–	(12)	66
<b>Total</b>	<b>560</b>	<b>113</b>	<b>(48)</b>	<b>(29)</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>621</b>
dont : résultat opérationnel	–	12	–	(5)	–	–	–
autres	–	101	–	(24)	–	–	–

## 18. AUTRES PASSIFS À MOINS D'UN AN

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Opérations de couverture de change	322	247	276
Personnel et organismes sociaux	413	377	358
État et collectivités locales : impôts et taxes	191	181	194
Clients : avances et acomptes versés	93	119	116
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	148	156	235
Provisions pour réorganisation	134	108	171
Autres provisions pour risques et charges	226	284	200
Provision pour reprise de produits	81	97	116
Produits constatés d'avance	133	45	20
Autres dettes	561	919	936
	<b>2 302</b>	<b>2 533</b>	<b>2 622</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 2003, les soldes des provisions pour réorganisation, pour risques et charges et pour reprise de produits ont évolué de la façon suivante :

	31 décembre 2002	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 décembre 2003
Provisions pour réorganisation	108	74	(33)	(2)	–	(13)	134
Provisions pour risques et charges	284	80	(73)	(30)	2	(37)	226
Provisions pour reprise de produits	97	48	(54)	(8)	–	(2)	81
<b>Total</b>	<b>489</b>	<b>202</b>	<b>(160)</b>	<b>(40)</b>	<b>2</b>	<b>(52)</b>	<b>441</b>
dont : résultat opérationnel	–	85	–	(31)	–	–	–
résultat financier	–	20	–	–	–	–	–
autres	–	97	–	(9)	–	–	–

## 19. RENSEIGNEMENTS PAR GROUPES D'ACTIVITÉS

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires</b>			
Vins et Spiritueux	2 116	2 266	2 232
Mode et Maroquinerie	4 149	4 207	3 612
Parfums et Cosmétiques	2 181	2 336	2 231
Montres et Joaillerie	502	552	548
Distribution sélective	3 039	3 337	3 493
Autres activités et éliminations	(25)	(5)	113
<b>Total consolidé</b>	<b>11 962</b>	<b>12 693</b>	<b>12 229</b>
<b>Résultat opérationnel</b>			
Vins et Spiritueux	796	750	676
Mode et Maroquinerie	1 311	1 280	1 274
Parfums et Cosmétiques	178	161	149
Montres et Joaillerie	(48)	(13)	27
Distribution sélective	106	20	(213)
Autres activités et éliminations	(161)	(190)	(353)
<b>Total consolidé</b>	<b>2 182</b>	<b>2 008</b>	<b>1 560</b>
<b>Actif du bilan</b>			
Vins et Spiritueux	5 084	4 822	5 244
Mode et Maroquinerie	6 092	6 245	5 371
Parfums et Cosmétiques	2 446	2 450	2 543
Montres et Joaillerie	1 444	1 657	1 662
Distribution sélective	4 189	4 477	5 054
Autres activités et éliminations	1 288	1 766	3 958
<b>Total consolidé</b>	<b>20 543</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>
<b>Stocks</b>			
Vins et Spiritueux	1 999	1 912	2 018
Mode et Maroquinerie	468	462	395
Parfums et Cosmétiques	228	225	282
Montres et Joaillerie	188	196	194
Distribution sélective	483	524	590
Autres activités et éliminations	49	108	176
<b>Total consolidé</b>	<b>3 415</b>	<b>3 427</b>	<b>3 655</b>

Les éliminations correspondent à l'annulation du montant résultant d'opérations entre groupe d'activités.

Les activités du site internet e-Luxury.com ayant été reclassées du groupe « Autres activités » au groupe « Mode et Maroquinerie » en 2003, et celles de Sephora.com ayant été reclassées en 2002 du groupe « Autres activités » au groupe « Distribution sélective », les données antérieures ont été retraitées afin de les rendre comparables.

## 20. RENSEIGNEMENTS PAR ZONES GÉOGRAPHIQUES

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Ventes à l'export, au Groupe et hors groupe, des sociétés françaises	3 510	3 611	3 582
Part des exportations par rapport aux ventes des sociétés françaises	65 %	65 %	65 %
Part du chiffre d'affaires consolidé réalisé hors France	83 %	83 %	83 %

Les éléments ci-dessous sont déterminés par référence aux zones géographiques d'implantation des sociétés du Groupe :

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires</b>			
France	5 402	5 582	5 519
Europe (hors France)	2 525	2 457	2 375
États-Unis	3 214	3 659	3 172
Japon	1 834	1 817	1 774
Asie (hors Japon)	1 617	1 916	2 048
Autres pays	532	486	566
<b>Total</b>	<b>15 124</b>	<b>15 917</b>	<b>15 454</b>
Éliminations	(3 162)	(3 224)	(3 225)
<b>Total consolidé</b>	<b>11 962</b>	<b>12 693</b>	<b>12 229</b>
<b>Résultat opérationnel</b>			
France	1 325	1 306	1 303
Europe (hors France)	28	56	32
États-Unis	171	(20)	(378)
Japon	355	354	312
Asie (hors Japon)	271	281	267
Autres pays	32	31	24
<b>Total consolidé</b>	<b>2 182</b>	<b>2 008</b>	<b>1 560</b>
<b>Actif du bilan</b>			
France	10 405	10 635	12 311
Europe (hors France)	4 337	4 139	4 169
États-Unis	3 094	3 945	4 391
Japon	745	708	642
Asie (hors Japon)	1 490	1 565	1 728
Autres pays	472	425	591
<b>Total consolidé</b>	<b>20 543</b>	<b>21 417</b>	<b>23 832</b>
<b>Passif du bilan (hors capitaux propres et intérêts minoritaires)</b>			
France	8 660	8 949	11 157
Europe (hors France)	929	1 044	1 218
États-Unis	832	1 117	1 339
Japon	648	631	532
Asie (hors Japon)	605	744	812
Autres pays	100	90	73
<b>Total consolidé</b>	<b>11 774</b>	<b>12 575</b>	<b>15 131</b>

## 21. FRAIS FINANCIERS NETS

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Frais financiers	(279)	(471)	(658)
Produits financiers	35	176	192
Résultat de cessions de valeurs mobilières de placement	(1)	9	(33)
Provision pour dépréciation des valeurs mobilières de placement	–	(3)	17
Gains ou (pertes) de change à caractère financier	12	(5)	23
	<b>(233)</b>	<b>(294)</b>	<b>(459)</b>
dont frais financiers payés au cours de l'exercice	(254)	(479)	(629)

## 22. AUTRES PRODUITS ET CHARGES NETS

### En 2003 :

Les autres produits et charges sont constitués de charges de restructuration de 127 millions d'euros, de pertes de cessions réalisées ou en-cours s'élevant à 139 millions d'euros et de dépréciations exceptionnelles d'actifs à hauteur de 77 millions d'euros ; les autres produits et charges incluent en outre un produit net de 55 millions d'euros provenant de cession d'actions LVMH et variations de provision sur ces titres, ainsi qu'une dépréciation complémentaire de 33 millions d'euros de la participation dans Bouygues.

Les restructurations concernent les différentes activités du Groupe ; il s'agit en particulier de la rationalisation des réseaux de distribution des Vins et Spiritueux, essentiellement en Europe ; pour les parfums et cosmétiques, de l'accentuation de la sélectivité des points de vente notamment aux États-Unis ; de la fermeture ou du redimensionnement d'unités industrielles en Italie et en Suisse par la Branche Montres et Joaillerie ; enfin du transfert de San Francisco à Singapour et Hong Kong des fonctions administratives et du management de DFS.

Les marques et activités cédées sont décrites en Note 2 – Variations de périmètre ; les pertes de cessions résultent essentiellement de la provision constituée pour la cession en cours de la marque et des actifs de Ebel.

Les dépréciations d'actifs concernent principalement des biens acquis en location de longue durée, dont les loyers sont devenus supérieurs à leur valeur de marché.

### 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 (publicité sur les lieux de vente) de la Branche Parfums et Cosmétiques, et diverses dépréciations d'actifs notamment de titres de participations non consolidées.

## 23. IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES

### 23.1 Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Impôts courants	(358)	(497)	(452)
Impôts différés	(130)	147	260
<b>Charge totale d'impôt</b>	<b>(488)</b>	<b>(350)</b>	<b>(192)</b>

### 23.2 Principales composantes des impôts différés

- Au compte de résultat

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Gains et pertes de change différés	–	(2)	(21)
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	9	4	1
Écarts d'évaluation	(1)	16	7
Provisions pour risques et charges et dépréciation d'actifs	34	5	(20)
Retraitements de consolidation et autres différences temporaires <sup>(1)</sup>	(2)	13	30
Plus ou moins values latentes	52	8	27
Déficits reportés / (utilisés)	(222)	103	246
Effet des variations de taux d'imposition	–	–	(10)
<b>(Charge) / produit d'impôt différé</b>	<b>(130)</b>	<b>147</b>	<b>260</b>

- Au bilan

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	151	144	153
Écarts d'évaluation	(284)	(280)	(271)
Provisions pour risques et charges et dépréciation d'actifs	133	93	95
Retraitements de consolidation et autres différences temporaires <sup>(1)</sup>	30	34	26
Plus et moins values latentes	110	58	48
Reports déficitaires	153	376	248
Autres	–	5	76
<b>Impôts différés nets</b>	<b>293</b>	<b>430</b>	<b>375</b>
dont : impôts différés actifs court terme	451	555	544
impôts différés passifs long terme	(158)	(125)	(169)

(1) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et crédit-bail.

Les impôts différés à plus d'un an ne sont pas actualisés en raison du caractère aléatoire du calendrier de leur reversement.

### 23.3 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 pourcentage du résultat avant impôt)	2003	2002	2001
<b>Taux d'imposition théorique</b>	33,3	33,3	33,3
– Supplément temporaire d'impôt applicable aux sociétés françaises	1,0	0,8	3,3
– Effet des différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(0,3)	(1,1)	(5,1)
– Résultats déficitaires de filiales ou de consolidations fiscales	(3,9)	(6,0)	(5,9)
– Effets des différences entre les résultats consolidés et imposables, et des résultats imposables à un taux réduit	(0,3)	(1,2)	2,1
– Effets des retenues à la source	0,4	0,8	1
<b>Taux d'imposition effectif</b>	<b>30,2</b>	<b>26,6</b>	<b>28,7</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 et 2003. Ce supplément d'impôt s'est traduit en 2003 par une charge complémentaire de 23 millions d'euros (10 millions d'euros en 2002 et 8 millions d'euros en 2001).

### 23.4 Reports déficitaires

Au 31 décembre 2003, les reports déficitaires non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs, s'élèvent à 1 682 millions d'euros (1 810 en 2002 ; 1 903 en 2001), dont 206 millions d'euros de déficits nés au cours de l'exercice (569 millions d'euros en 2002 et 693 millions d'euros en 2001).

### 23.5 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 296 millions d'euros en 2003 (314 en 2002 ; 310 en 2001).
- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur dans certains pays étrangers, notamment les États-Unis et la Grande-Bretagne ont généré une économie d'impôt complémentaire de 46 millions d'euros en 2003 (35 millions d'euros en 2002, 51 millions d'euros en 2001).

## 24. CHARGE D'AMORTISSEMENT DES ÉCARTS D'ACQUISITION

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Sociétés consolidées par :			
– Intégration globale	(250)	(260)	(160)
– Mise en équivalence	(4)	(2)	(8)
Amortissement courant	(254)	(262)	(168)
Amortissement exceptionnel	(46)	–	–
<b>Charge totale d'amortissement</b>	<b>(300)</b>	<b>(262)</b>	<b>(168)</b>

L'amortissement exceptionnel en 2003 correspond principalement à la dépréciation partielle des écarts d'acquisition de Laflachère, pour 30 millions d'euros, et de Acqua di Parma, pour 12 millions d'euros.

Voir également Note 25 Éléments inhabituels, pour les dépréciations exceptionnelles enregistrées dans ce compte.

## 25. 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 (voir Note 7 : Participation dans Gucci). 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 amortissements exceptionnels 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, a été enregistré l'impact de la cession 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.

## 26. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ

### Utilisation d'instruments financiers

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont pour objet la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine. 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.

### 26.1 Couverture du risque de change

1. Une part importante des ventes faites par les sociétés du Groupe, à leurs clients ou à leurs propres filiales de distribution, ainsi que certains de leurs achats, sont effectués en devises ; l'ensemble de ces flux en devises est constitué principalement de flux intra groupe. Les instruments de couverture utilisés ont pour objet de réduire les risques de change issus des variations de parité de ces devises par rapport à la monnaie fonctionnelle de ces sociétés, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants.
2. Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts progressivement, dans le cadre d'un horizon qui n'excède un an que dans les cas où les probabilités de réalisation le justifient. Dans ce cadre, et selon les évolutions de marché, les risques de change identifiés sont couverts progressivement par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.
3. Le Groupe peut 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 consolidés des variations de parité des devises concernées contre euro.  
Le Groupe peut également couvrir le risque associé à la consolidation des résultats de ses filiales dont les comptes sont établis en devise autre que l'euro.
4. En raison de sa politique de limitation de son exposition au risque de change, la sensibilité du Groupe à une évolution défavorable des cours en 2004 est faible, les flux en devises attendus pendant cette période ayant été majoritairement figés dans le cadre du processus budgétaire.

Les montants nominaux des couvertures en vie au 31 décembre 2003, classées par année d'affectation et par type d'instrument de couverture, et évaluées à la valeur de marché sur la base des cours de change du 31 décembre 2003, sont les suivantes :

(en millions d'euros)	Montants nominaux des contrats			Total	Valeur de marché <sup>(1)</sup>
	2003	2004	2005 et 2006		
Contrats de change à terme <sup>(2)</sup>					
USD	252	21	–	273	12
JPY	30	(2)	–	28	–
Autres	35	92	–	127	2
	<b>317</b>	<b>111</b>	<b>–</b>	<b>428</b>	<b>14</b>
Swaps cambistes <sup>(2)</sup>					
USD	54	–	–	54	6
JPY	(114)	17	–	(97)	(1)
CHF	1 013	–	–	1 013	–
Autres	65	–	–	65	5
	<b>1 018</b>	<b>17</b>	<b>–</b>	<b>1 035</b>	<b>10</b>
Swaps de devises <sup>(2)</sup>					
USD	–	–	(19)	(19)	(3)
JPY	–	(19)	(40)	(59)	(11)
Autres	–	–	(86)	(86)	(5)
	<b>–</b>	<b>(19)</b>	<b>(145)</b>	<b>(164)</b>	<b>(19)</b>
Options achetées					
Put USD	1	838	24	863	86
Put JPY	–	235	–	235	23
Autres	–	(6)	–	(6)	–
	<b>1</b>	<b>1 067</b>	<b>24</b>	<b>1 092</b>	<b>109</b>
Tunnels					
Vendeur USD	54	277	132	463	88
Vendeur JPY	113	228	–	341	26
Autres	–	75	23	98	9
	<b>167</b>	<b>580</b>	<b>155</b>	<b>902</b>	<b>123</b>
Accumulateurs					
dont USD	10	64	–	74	41
dont JPY	6	75	–	81	30
	<b>16</b>	<b>139</b>	<b>–</b>	<b>155</b>	<b>71</b>

(1) Produit / (charge)

(2) Vente / (achat)

#### Effet de conversion des résultats des filiales étrangères

La part dans le résultat net consolidé de 2003 représentative de résultats de filiales établissant leurs comptes en livres sterling, yens, dollars US et monnaies rattachées au dollar US s'élève à 436 millions d'euros. Une variation de 10 % du cours de ces devises aurait une incidence de 75 millions d'euros sur le résultat opérationnel, et de 44 millions d'euros sur le résultat net.

## 26.2 Couverture du risque de taux d'intérêt

Le Groupe gère le risque de taux lié à la dette financière nette globale. L'objectif de la politique de gestion menée est de prémunir le résultat contre une hausse rapide et sensible des taux d'intérêt.

Dans ce cadre, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux de nature ferme (swaps) ou conditionnelle (cap et floors).

Le montant notionnel des couvertures en vie au 31 décembre 2003, classées par nature et par échéance, ainsi que leur valeur de marché à cette date, s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Montants notionnels des contrats			Total	Valeur de marché <sup>(1)</sup>
	< 1 an	1 à 5 ans	> 5 ans		
Swaps de taux – payeur fixe					
EUR	–	1 319	–	1 319	(65)
USD	119	79	–	198	–
Autres	–	–	–	–	–
	<b>119</b>	<b>1 398</b>	<b>–</b>	<b>1 517</b>	<b>(65)</b>
Swaps de taux – payeur variable					
EUR	915	2 226	811	3 952	187
Autres	–	–	–	–	–
	<b>915</b>	<b>2 226</b>	<b>811</b>	<b>3 952</b>	<b>187</b>
Swaps de taux – variable/variable					
EUR	600	1 050	–	1 650	(27)
USD	59	653	–	712	(19)
CHF	94	–	–	94	6
Autres	–	–	–	–	–
	<b>753</b>	<b>1 703</b>	<b>–</b>	<b>2 456</b>	<b>(40)</b>
Caps achetés					
EUR	350	1 330	–	1 680	6
USD	534	59	–	593	–
CHF	94	–	–	94	–
Autres	–	–	–	–	–
	<b>978</b>	<b>1 389</b>	<b>–</b>	<b>2 367</b>	<b>6</b>
Tunnels (achat de cap & ventes de floors)					
EUR	300	2 050	–	2 350	6
Autres	–	–	–	–	–
	<b>300</b>	<b>2 050</b>	<b>–</b>	<b>2 350</b>	<b>6</b>
Floors vendus					
EUR	50	–	–	50	–
Autres	–	–	–	–	–
	<b>50</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>50</b>	<b>–</b>

(1) Produit / (charge)

### 26.3 Couverture du risque actions

La politique de prise de participations du Groupe s'inscrivant dans la durée, le portefeuille de participations non consolidées ne fait pas l'objet de couvertures.

### 26.4 Tableau récapitulatif des valeurs de marché

(en millions d'euros)	2003		2002	
	Valeur comptable	Juste valeur	Valeur comptable	Juste valeur
TDI	158	115	222	154
Emprunts obligataires et EMTN	4 114	4 357	3 295	3 577
Autres dettes financières	1 957	1 957	3 539	3 539
Concours bancaires courants	252	252	298	298
Titres de participation	9	9	13	13
Valeurs mobilières de placement	222	225	47	48
Disponibilités	823	823	812	812
Dérivés de change	63	308	39	264
Dérivés de taux d'intérêts	50	94	37	34

La juste valeur de la dette financière est déterminée ligne à ligne, sur la base d'une estimation des flux de trésorerie futurs, actualisés selon un taux reflétant le risque de crédit du Groupe au 31 décembre 2003 pour des dettes similaires, ou sur la base du prix de marché pour les émissions obligataires du Groupe présentant un marché suffisamment liquide.

La juste valeur des concours bancaires courants, compte tenu de leur rémunération, n'est pas éloignée de leur valeur comptable.

La valeur de marché des instruments dérivés de change et de taux repose sur une évaluation actualisée du différentiel de cash-flows futurs, ou sur des cotations obtenues d'établissements financiers. Dans les deux cas, la valeur de marché des instruments repose sur les données de marché et des méthodes de valorisation reconnues.

## 27. AUTRES ENGAGEMENTS, PASSIFS ÉVENTUELS ET LITIGES EN COURS

### 27.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Raisins, vins et eaux de vie	456	429	413
Immobilisations industrielles ou commerciales	81	104	80
Titres de participation	470 <sup>(1)</sup>	756	975

(1) après prise en compte des événements post-clôture (Note 30)

Dans l'activité Vins & 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 2004 et 2005.

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 du 20 janvier 1994 entre LVMH et Diageo, par lequel LVMH s'est engagé à acheter sur demande de Diageo la participation de 34 % de Diageo dans Moët Hennessy, avec préavis de 6 mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur à la date de cette demande. A la date du Protocole d'Accord, la participation de Diageo dans Moët Hennessy avait été évaluée à plus de 1,2 milliard d'euros.

## 27.2 Titrisation de créances commerciales

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Créances ayant fait l'objet de cession Dailly	260	260	266
Dont : risque de non-recouvrement conservé par LVMH	(112)	(100)	(108)
<b>Financement net mobilisé</b>	<b>148</b>	<b>160</b>	<b>158</b>

## 27.3 Cautions, avals et autres garanties

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Avals et cautions	32	35	58
Hypothèques et nantissements	5	12	16
Autres garanties	38	49	155
<b>Garanties données</b>	<b>75</b>	<b>96</b>	<b>229</b>
<b>Garanties reçues</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>15</b>

## 27.4 Engagements de location et assimilés

Au 31 décembre 2003, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 1 592 (1 526 en 2002 ; 1 501 en 2001).

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 2003, les engagements futurs non résiliables résultant de ces contrats s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Locations simples	2 271	2 251	1 934
Redevances de concessions	617	916	1 041
<b>Engagements de location hors bilan</b>	<b>2 888</b>	<b>3 167</b>	<b>2 975</b>
Redevances de crédit-bail et locations de longue durée	429	531	648
Intérêts compris dans les redevances ci-dessus	(305)	(387)	(470)
<b>Dettes de crédit-bail et locations de longue durée au bilan</b>	<b>124</b>	<b>144</b>	<b>178</b>
<b>Valeur des loyers futurs</b>	<b>3 012</b>	<b>3 311</b>	<b>3 153</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)	2003	2002	2001
Loyers minima	368	334	509

## 27.5 Échéancier des engagements au 31 décembre 2003

(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	456	244	106	56	50
Engagements d'achat d'immobilisations	81	69	7	5	—
Engagements d'achat de titres (*)	470	158	120	52	140
Créances ayant fait l'objet d'une cession Dailly	148	148	—	—	—
Engagements de location et assimilés :					
– Locations simples	2 271	361	615	520	775
– Redevances de concessions	617	171	240	81	125
– Redevances de crédit-bail (dont 305 représentatifs d'intérêts)	429	14	29	22	364
Cautions, avals et autres garanties donnés	75	37	24	9	5

(\*) Lorsque l'échéance de l'engagement est conditionnelle, l'échéance retenue est de plus de 5 ans.

## 27.6 Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

## 27.7 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

## 29. DONNÉES SOCIALES

### 29.1 Effectifs

L'effectif moyen en 2003 est de 54 960 (53 812 en 2002 ; 53 173 en 2001).

Au 31 décembre, l'effectif des entreprises consolidées par intégration globale se répartit de la façon suivante :

Par groupe d'activité	2003	2002	2001
Vins et Spiritueux	4 757	4 801	5 089
Mode et Maroquinerie	17 177	16 323	13 402
Parfums et Cosmétiques	13 082	13 006	13 087
Montres et Joaillerie	2 255	2 366	2 233
Distribution sélective	18 091	18 243	18 542
Autres activités	879	1 073	1 442
<b>Total</b>	<b>56 241</b>	<b>55 812</b>	<b>53 795</b>
Par zone géographique			
France	19 343	20 214	19 700
Europe (hors France)	11 393	10 671	10 114
Amérique	12 802	12 798	12 019
Japon	4 175	3 874	3 462
Asie Pacifique	8 528	8 255	8 500
<b>Total</b>	<b>56 241</b>	<b>55 812</b>	<b>53 795</b>
Par catégorie			
Ouvriers	9 048	8 979	9 027
Employés	32 609	31 628	30 820
Agents de maîtrise	5 700	5 568	4 995
Cadres	8 884	9 637	8 953
<b>Total</b>	<b>56 241</b>	<b>55 812</b>	<b>53 795</b>

d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de façon significative en cas d'issue défavorable.

## 28. FRAIS DE RECHERCHE ET DE DÉVELOPPEMENT

Les frais de recherche et développement comptabilisés en charges au cours de l'exercice s'élèvent à 38 millions d'euros en 2003 (36 millions d'euros en 2002 ; 27 millions d'euros en 2001). Ces sommes couvrent les dépenses de recherche scientifique et l'élaboration de nouveaux produits.

Les frais de recherche et développement, élargis aux dépenses de « packaging » et de « design », représentent une charge de 41 millions d'euros pour 2003 (47 millions d'euros en 2002 ; 37 millions d'euros en 2001).

### 29.2 Charges de personnel

Les charges de personnel s'élèvent à 2 171 millions d'euros (2 252 en 2002 ; 2 242 en 2001).

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 des sociétés françaises en 2003 s'élève à 64 millions d'euros (69 millions d'euros en 2002, 54 millions d'euros en 2001).

### 29.3 Rémunération des dirigeants

En 2003, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 969 450 euros à titre de jetons de présence.

Les rémunérations versées en 2003 au titre de leurs fonctions dans le Groupe aux membres du Conseil d'Administration et aux membres du Comité Exécutif, soit 18 personnes, ont été respectivement de 1,2 et 30,6 millions d'euros.

Les charges de retraite et retraite complémentaire pour les membres actifs et retraités du Comité Exécutif pour la même période ont été de 8,4 millions d'euros.

## 29.4 Charges et provisions au titre des retraites du personnel, frais médicaux et engagements assimilés

### • Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Coût des services rendus	40	34	24
Effet de l'actualisation	18	15	15
Rendement attendu des placements dédiés	(7)	(6)	(7)
Amortissement des écarts actuariels	1	3	4
Modifications des régimes	16	–	7
<b>Charge de l'exercice</b>	<b>68</b>	<b>46</b>	<b>43</b>

### • Analyse de l'engagement

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
Valeur actualisée des droits	431	371	299
Valeur de marché des placements	(192)	(149)	(113)
Éléments non reconnus	(34)	(38)	(4)
<b>Engagement net</b>	<b>205</b>	<b>184</b>	<b>182</b>
Dont:			
Autres passifs à plus d'un an	200	177	175
Autres passifs à moins d'un an	8	7	7
Immobilisations financières	(3)	–	–
<b>Total</b>	<b>205</b>	<b>184</b>	<b>182</b>

### • Analyse de la variation de l'engagement

(en millions d'euros)	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des placements	Éléments non reconnus	Engagements nets
<b>Solde au 31 décembre 2002</b>	<b>371</b>	<b>(149)</b>	<b>(38)</b>	<b>184</b>
Charge de l'exercice	58	(7)	17	68
Prestations versées aux bénéficiaires	(19)	8	–	(11)
Augmentation des placements dédiés	–	(25)	–	(25)
Effet des variations de taux de change	(21)	5	–	(16)
Effet des variations de périmètre	–	–	–	–
Transferts <sup>(1)</sup>	29	(24)	–	5
Autres (écarts actuariels et modifications de régime)	13	–	(13)	–
<b>Solde au 31 décembre 2003</b>	<b>431</b>	<b>(192)</b>	<b>(34)</b>	<b>205</b>

(1) voir Autres passifs à moins d'un an.

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

Taux d'actualisation	2,50 % au Japon, 4,50 % en France, 6,00 % aux États-Unis
Taux de rendement long terme attendu des placements	4,00 % au Japon, 4,50 % en France, 8,75 % aux États-Unis
Taux d'augmentation future des salaires	2,00 % à 4,00 %

### 30. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

En mars 2004:

- la cession de Ebel est devenue définitive;
- LVMH a porté sa participation dans Donna Karan de 89 % à 98 %, pour un montant de 43,8 millions de dollars US ;
- la participation de Moët Hennessy dans Millennium a été augmentée de 40 %, pour être ainsi portée à 70 %, en contrepartie d'un versement de 107 millions de dollars US.

### 31. 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. Ce document sera disponible dans la base de données EDGAR de la SEC au plus tard le 30 juin 2004.

#### 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 jusqu'en 2003, 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 latents étant imputés dans les capitaux propres, 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 enregistrés 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 sont plus amortis 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.

#### Impôt différé sur les marques :

Selon les normes françaises, aucun impôt différé passif n'est enregistré sur les marques acquises, contrairement à ce qui est prévu par FAS 109.

Dans le 20F, l'impôt différé passif sur les marques est enregistré en contrepartie d'un goodwill supplémentaire.

# LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2003

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 %
Ruinart UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
France Champagne SA	Eprenay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Chandon SA Espagne	Barcelone, Espagne	100 %	66 %
LVMH Wines & Spirits (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Eprenay, 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 %
Moët Hennessy Australia	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Moët Hennessy Belux	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %
IDCC SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %
Domaine Chandon, Inc.	Yountville (Californie), U.S.A.	100 %	66 %
LVMH Vinhos E Destilados – Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %
Domaine Chandon Australia, Pty Ltd.	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %
Opera Vineyards SA	Buenos Aires, Argentine <sup>(1)</sup>	50 %	33 %
LVMH Wines & Spirits Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia SpA	Milan, Italie	100 %	66 %
Schieffelin & Somerset Co.	New York, U.S.A.	100 %	66 %
Schieffelin & Co	New York, U.S.A.	100 %	66 %
MH UDV France SA	Paris la Défense, 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 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %
Neggma SA	Reims, France	100 %	33 %
Veuve Clicquot U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Clicquot, Inc	New York, U.S.A. <sup>(*)</sup>	100 %	66 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd.	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd.	Sydney, Australie	100 %	66 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle-Zélande	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	100 %	66 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), U.S.A.	100 %	40 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	100 %	65 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	100 %	64 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	100 %	65 %
DMJ Holdings BV	Amsterdam, Pays-Bas <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
UD Moët Hennessy BV	La Haye, Pays-Bas <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Hennessy Dublin Ltd.	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Edward Dillon & Co Ltd.	Dublin, Irlande <sup>(2)</sup>	33 %	22 %
Hennessy Far East Ltd.	Hong Kong, Chine	100 %	65 %
Riche Monde Orient Limited	Hong Kong, Chine <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Riche Monde Ltd.	Hong Kong, Chine <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Riche Monde (China) Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy UDG (Far East) Ltd.	Hong Kong, Chine <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Riche Monde Singapour Pte Ltd.	Singapour <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Riche Monde Malaisie Inc.	Petaling Jaya, Malaisie <sup>(3)</sup>	100 %	33 %
Riche Monde Taïpei Ltd.	Taïpei, Taïwan <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
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 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Moët Hennessy India pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	65 %
RML DF Greater China	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Riche Monde Shanghai Consulting Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy Netherland BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	66 %
Jardine Wines & Spirits KK	Tokyo, Japon <sup>(3)</sup>	100 %	66 %
Moët Hennessy Asia Pte Ltd.	Singapour	100 %	65 %
Millennium Import LLC	Wilmington (Delaware), U.S.A. <sup>(2)</sup>	40 %	26 %
<b>MODE ET MAROQUINERIE</b>			
Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Sté des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
LVMH Fashion Group UK Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Louis Vuitton Espana SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Catalana Talleres Artesanos Louis Vuitton SA	Barbera del Valles, Espagne	100 %	100 %
Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
LVMH FG Italia.SPA	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Louis Vuitton Portugal, Maleiro, 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 %
LVMH FG Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Louis Vuitton Ceska SRO.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Louis Vuitton Osterreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Louis Vuitton Cantacilik Ticaret	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
LV US Manufacturing, Inc.	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Hawai Inc.	Honolulu, Hawaï	100 %	100 %
Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	40 %
Louis Vuitton Guam, Inc.	Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan, Inc.	Saipan	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Louis Vuitton Distribuição Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Louis Vuitton Mexico	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Blinfar SA	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %
LV Chile Ltda.	Santiago del Chile, Chile	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Ltd.	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Hong Kong Ltd.	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (Singapore) Pte Ltd.	Singapour, Singapour	100 %	100 %
Louis Vuitton (Malaysia) SDN Bhd .	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Louis Vuitton Taïwan Ltd.	Taïpei, Taïwan	100 %	90 %
LV Comete Services Ltd.	Taïpei, Taïwan	100 %	90 %
Louis Vuitton Australia, PTY Limited.	Sydney, Australie	100 %	100 %
LV New Zealand Ltd.	Auckland, Nouvelle-Zélande	100 %	100 %
LV Cup New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle-Zélande	100 %	100 %
Louis Vuitton Kuwait CSP	Safat, Koweït	100 %	60 %
LV Emirats Arabes Unis	Dubai, Emirats Arabes Unis	100 %	65 %
LV Arabie Saoudite LLC	Jeddah, Arabie Saoudite	100 %	65 %
Louis Vuitton Korea Ltd.	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
LV Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
LV Colombia Corp.	Santafe de Bogota, Colombie	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100 %	100 %
LV Venezuela SA	Caracas, Venezuela	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Limited	Macau	100 %	100 %
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
LVMH Fashion Group Americas Inc.	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %	Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %
LV Canada Inc.	Toronto, Canada	100 %	100 %	Givenchy Corporation	New York, U.S.A.	100 %	100 %
LV Saint Barthélemy SNC	Saint Barthélemy, Antilles Françaises	100 %	100 %	Givenchy Co Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Marc Jacobs International LLC	Wilmington (Delaware), U.S.A.	100 %	96 %	Gentleman Givenchy Far East Ltd.	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Marc Jacobs Trademark LLC	Wilmington (Delaware), U.S.A.	100 %	33 %	Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	51 %
Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Christian Lacroix SNC	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Gabrielle Studio, Inc.	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Textil SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %	Donna Karan International Inc.	New York, U.S.A. (*)	100 %	89 %
Manufacturas Loewe SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %	The Donna Karan Company LLC	New York, U.S.A.	100 %	89 %
LVMH Fashion Group France SNC	Paris, France	100 %	100 %	Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	89 %
Loewe Hermanos (UK) Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Donna Karan Studio LLC	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Saïpan, Inc.	Saïpan, Iles Mariannes	100 %	100 %	The Donna Karan Company Store LLC	New York, U.S.A.	100 %	89 %
Loewe Guam, Inc	Guam	100 %	100 %	Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Loewe Hong Kong Ltd.	Quarry Bay, Hong Kong	100 %	100 %	Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Loewe Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	92 %	Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Loewe Fashion Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %	Donna Karan Company Store (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	89 %
Loewe Fashion Sdn bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	89 %
Loewe Taiwan Ltd.	Taipei, Taïwan	100 %	90 %	Donna Karan (Italy) Srl	Milan, Italie	100 %	89 %
Loewe Australia Pty Ltd.	Sydney, Australie	100 %	100 %	Donna Karan (Italy) Production Services Srl	Milan, Italie	100 %	89 %
Serrano Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %	Fendi International BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	84 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi International SA	Paris, France	100 %	84 %
Société de Distribution Robert Estienne SNC	Paris, France	100 %	100 %	Fendi S.A.	Luxembourg, Luxembourg	100 %	84 %
Manifattura Ferrarese Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Srl	Rome, Italie	100 %	84 %
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Adele Srl	Rome, Italie	100 %	84 %
Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Industria Srl	Florence, Italie	100 %	84 %
Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Italia Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
LVMH Fashion (Shanghai) Trading Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Fendi U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Montaigne KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fendi France SA	Paris, France	100 %	100 %
LVNA Finances Corp	Texas, U.S.A.	100 %	100 %	Fendi Japan KK Inc	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Incisa Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Hawaii, Inc	Wilmington (Delaware) U.S.A.	100 %	100 %
Celux Inc	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fendi North America, Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	84 %
LVMH Fashion Group Industria Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Rossimoda S.p.A	Vigonza, Italie	100 %	97 %	Fendi Guam Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %	Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Céline SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	75 %
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	70 %
Céline Montaigne SAS	Paris, France	100 %	100 %	Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	70 %
Céline Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %	Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Céline Italia Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Céline Production Srl	Florence, Greve in Chianti, Italie	100 %	100 %	Emilio Pucci Srl	Florence, Italie	100 %	96 %
Céline Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	Emilio Pucci International BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	67 %
Céline U.K. Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Emilio Pucci, Ltd	New York, U.S.A.	100 %	96 %
Céline Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %	Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Céline (Hong Kong) Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	99 %	Thomas Pink Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Céline (Singapore) Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %	Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Céline Guam Inc.	Tamning, Guam	100 %	100 %	Thomas Pink Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Céline Hawaï Inc	Hawaï, U.S.A.	100 %	100 %	Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Céline Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Thomas Pink Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Céline Boutiques Taïwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	95 %	Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Kami SA	Montbazou, France	100 %	100 %	e-Luxury.com Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %				
Kenzo Homme SA	Paris, France	100 %	60 %	<b>PARFUMS ET COSMÉTIQUES</b>			
Modulo SA	Paris, France	100 %	100 %	Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %	LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	49 %
Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	LVMH P&C do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	99 %
Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	FAC SA (Argentine)	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Kenzo N.A., Inc.	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %	LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Kenzo Fashion Iberica, SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %				
Kenzo Homme UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	60 %				
Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %				
Modulo BV	Amstelveen, Pays-Bas	100 %	100 %				

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
LVMH P&C Inc.	New York, U.S.A.	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 %
LVMH Perfumes y Cosméticos 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.	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas S.A.	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AG (Suisse)	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Canada Inc.	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH P&C de Mexico, SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior KK (Japon)	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Singapore Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Frag & Cosmetics Ltd.	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co, Ltd.	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Korea Ltd.	Séoul, Corée du Sud	100 %	75 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd.	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc.	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fa Hua Hong Kong Co, Ltd.	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Pardior de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A/S k	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
LVMH P&C 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 %
Cosmetic of France Inc	Miami, U.S.A.	100 %	100 %
Beauté SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
GIE LVMH P&C Recherche	Paris, France	100 %	100 %
GIE Parfums et Cosmétiques Information Services – PCIS	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Perfumes Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Acqua Di Parma Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Guerlain SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Parfums & Kosmetik Deutschland 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 %
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, Chine	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Guerlain Taiwan Co Ltd.	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
LVMH Fragrances & Cosmetics Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Guerlain Malaisie SDN Berhad Inc	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
American Designer Fragrances LLC	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	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	Düsseldorf, Allemagne	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 Asia Pacific Pte Ltd.	Singapour	100 %	100 %
Parfums Givenchy LLC	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Parfums Givenchy WHD, Inc.	Miami, (Floride), U.S.A. (*)	100 %	100 %
Kenzo Parfums France SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Parfums Italia Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Kenzo Parfums NA LLC	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Lafachère SAS	Saint Vêrand, France	100 %	99 %
La Brosse et Dupont (LBD) SAS	Villepinte, France	100 %	99 %
Lardenois SAS	Hermes, France	100 %	99 %
La Brosse et Dupont Portugal SA	San Domingos de Rana, Portugal	100 %	99 %
Mitsie SAS	Tarare, France	100 %	99 %
LBD Iberica SA	Barcelone, Espagne	100 %	99 %
Établissements Arielix SA	Le Peyrat, France	100 %	99 %
Établissements Ladoë SAS	Tourcoing, France	100 %	99 %
LBD Ménage SAS	Beauvais, France	100 %	99 %
LBD Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	99 %
SCI Masurel	Tourcoing, France	100 %	99 %
SCI Sageda	Orange, France	100 %	99 %
LBD Asia Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	99 %
La Niçoise SAS	Carros, France	100 %	99 %
LBD ITALIA Srl	Stezzano, Italie	100 %	99 %
Institut Qualité Lafachère EURL	Saint Vêrand, France <sup>(2)</sup>	100 %	99 %
Établissements Mancret Père & Fils SA	Grenoble, France	100 %	99 %
Inter-Vion Spolka Akcyjna SA	Varsovie, Pologne	100 %	51 %
Europa Distribution SAS	Saint Etienne, France	100 %	99 %
LBD Industries SAS	Beauvais, France	100 %	99 %
Bliss World LLC	New York, U.S.A.	100 %	70 %
Bliss World Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	70 %
Benefit Cosmetics LLC	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	70 %
Benefit Cosmetics UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	70 %
Fresh Inc	Boston (Massachusetts), U.S.A.	100 %	65 %
LVMH New Cosmetic KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Perfumes and Cosmetics Services LLC	Edison (New Jersey), U.S.A. (*)	100 %	100 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %

#### MONTRES ET JOAILLERIE

TAG Heuer International SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
TAG Heuer SA	Marin, Suisse	100 %	100 %
LVMH Relojeria & Joyeria España SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Montres & Joaillerie France SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Italy Holding SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
TAG Heuer Central Europe GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry UK Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
Ebel Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Beauty Shop Romania SA	Bucarest, Roumanie	100 %	50 %
Tag Heuer Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Spring Time Cosmetics SA	Athènes, Grèce	100 %	27 %
LVMH Watch & Jewelry USA, Inc	Springfield (New Jersey), U.S.A.	100 %	100 %	Sephora Tchèque SRO	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Pro Time Service Inc	Springfield (New Jersey), U.S.A.	100 %	100 %	Kanel SA	Athènes, Grèce	100 %	50 %
LVMH Watch & Jewelry Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %	Sephora Monaco SAM	Monaco	100 %	99 %
LVMH Watch & Jewelry Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	99 %	Sephora USA, LLC	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	LVMH Selective Distribution Group LLC	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watch Jewelry Malaysia Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %	Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	100 %	57 %
TAG Heuer Asia Ltd	Labuan, Malaisie	100 %	100 %	DFS Holdings Limited	Hamilton, Bermudes, U.S.A.	100 %	61 %
LVMH Watch & Jewelry Capital Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	DFS Australia Pty. Limited	Sydney, Australie	100 %	61 %
LVMH Watch & Jewelry Japan K.K.	Tokyo, Japon	100 %	100 %	DFS Australia Superannuation Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %	DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	DFS Group Limited	Hamilton, Bermudes, USA	100 %	61 %
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %	DFS European Logistics Limited	Hamilton, Bermudes, USA	100 %	61 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %	DFS Saipan Limited	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
ArteCad SA	Tramelan, Suisse	100 %	100 %	Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
LVMH Watch et Jewelry Carribean & Latin America Inc	Coral Gables (Floride), U.S.A.	100 %	100 %	Commonwealth Investment Company, Inc	Saipan, Iles Mariannes	97 %	59 %
ArteLink Srl	Fratte di S. Giustina in Colle, Italie	100 %	100 %	Duty Free Shoppers Hong Kong Limited	Kowloon, Hong Kong, Chine	100 %	61 %
LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd	New Delhi, Inde	100 %	100 %	DFS China Partners Limited	Kowloon, Hong Kong, Chine	100 %	61 %
Ebel SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	DFS New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle-Zélande	100 %	61 %
Swisswave Europe SA	Villiers-Le-Lac, France	100 %	100 %	Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Glasnost Edition SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	DFS Merchandising Limited	Antilles Néerlandaises	100 %	61 %
Ebel boutique Crans SA	Crans-sur-Sierre, Suisse	100 %	100 %	DFS Korea Limited	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
SI de l'immeuble rue de la Paix 101	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	DFS Seoul Limited	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
LVMH W&J Germany GmbH	Munich, Allemagne	100 %	100 %	DFS Okinawa KK	Okinawa, Japon	100 %	61 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %	DFS Palau Limited	Koror, Palau	100 %	61 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	DFS Singapore (Pte) Limited	Singapour	100 %	61 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %	DFS Trading Singapore (Pte) Limited	Singapour	100 %	61 %
Chaumet Monte-Carlo SAM	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %	DFS Venture Singapore (Pte) Limited	Singapour	100 %	61 %
Chaumet Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	100 %	51 %	DFS Taiwan Limited	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Zénith International SA	Le Locle, Suisse	100 %	100 %	DFS Galleria Taiwan Limited	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Zénith Time Co Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %	Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
LVMH W&J Italy SpA	Milan, Italie	100 %	100 %	Duty Free Shoppers Macau Limited	Hong Kong, Chine	45 %	28 %
Omas Srl	Bologne, Italie	100 %	100 %	DFS Macau Limited	Hong Kong, Chine	50 %	31 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	Hong Kong International Boutique Partners	Hong Kong, Chine	50 %	31 %
MMO Instruments de Précision SA	Meyrin, Suisse	100 %	100 %	DFS Sdn. Bhd.	Malaisie	100 %	61 %
PLD Private Label Development SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %	Singapore International Boutique Partners	Singapour	50 %	31 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %	JAL/DFS Duty Free Shoppers KK	Chiba, Japon	40 %	25 %
SAM Joaillerie de Monaco	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %	TRS New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle-Zélande	45 %	28 %
Fred Genève SA	Genève, Suisse	100 %	100 %	Travel Retail Shops Pty Limited	Australie	45 %	28 %
Fred Joaillier, Inc.	Beverly Hills (Californie), U.S.A. (*)	100 %	100 %	DFS Group L.P.	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	61 %
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, U.S.A.	80 %	49 %
Benedom France SARL	Paris, France	100 %	100 %	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 %
<b>DISTRIBUTION SÉLECTIVE</b>				Hawaï International Boutique Partners	Honolulu, Hawaï, U.S.A.	50 %	31 %
Sephora SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %	TRS Hawaï LLC	Honolulu, Hawaï, U.S.A.	45 %	28 %
Sephora France SA	Saran, France	100 %	100 %	TRS Saipan	Garapan, Saipan MP	45 %	28 %
Plus Beau Moins Cher SARL	Levallois Perret, France	100 %	75 %	TRS Guam	Tumon, Guam	45 %	28 %
Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %	DFS Guam LP	Guam	NA	61 %
Sephora España Perfumerias SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %	DFS Liquor Retailing Limited	Delaware, U.S.A.	NA	61 %
Sephora Italia SpA	Milan, Italie	100 %	100 %	Twenty Seven – Twenty Eight Corp.	Delaware, U.S.A.	NA	61 %
Sephora Portugal Perfumeria Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %	Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %
Sephora Pologne S.p.z.o.o.	Varsovie, Pologne	100 %	76 %	SEGEP SNC	Paris, France	100 %	99 %
Sephora Deutschland GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %	Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %
Sephora UK	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Balthazar SNC	Paris, France	100 %	100 %
Clab Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Tumon Entertainment LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos SA	Athènes, Grèce	100 %	50 %	Comete Guam Inc.	Tamuning, Guam	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
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 (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
On-Board Media Inc	Miami (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
Starboard Cruise Services Inc	Miami (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
Fort Lauderdale Partnership	Ft Lauderdale, U.S.A.	75 %	75 %
Miami Airport Duty-Free Joint Venture	Miami (Floride), U.S.A.	66 %	66 %
Sephora.com Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %

#### AUTRES ACTIVITÉS

DI Group SA	Paris, France	100 %	100 %
DI Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Imprimerie Desfossés SARL	Paris, France	100 %	100 %
Tribune Desfossés SAS	Paris, France	100 %	100 %
Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Éditions Classique Affaires SARL	Paris, France	100 %	100 %
System TV SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
DI SAS	Paris, France	100 %	100 %
SFPA SARL (Connaissance des Arts)	Paris, France	100 %	100 %
D2I SAS	Paris, France	100 %	100 %
Investir Publications SAS	Paris, France	100 %	100 %
Investir Formation SARL	Paris, France	100 %	100 %
Compo Finance SARL	Paris, France	100 %	100 %
SID Presse SARL	Paris, France	100 %	100 %
SID Développement SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Editions SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Magazine SA	Paris, France	100 %	100 %
SOFPA SA	Lausanne, Suisse	100 %	100 %
Bonhams Brooks PS & N Limited	Londres, Royaume-Uni	50 %	50 %
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume-Uni <sup>(2)</sup>	50 %	50 %
SCI du 30 de l'avenue Hoche	Boulogne Billancourt, France	100 %	97 %
Société Civile Jacques Gaillard	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Ufipar SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sofdiv SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Boulogne Billancourt, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Boulogne Billancourt, France	100 %	66 %
LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy International SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	66 %
Creare SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
Delphine SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Prima SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Eutrope SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Art & Auction Group SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Cie Financière Laflachère SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	99 %
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 Moët Hennessy Louis Vuitton Inc.	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp.	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
1896 Corp.	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
LVP Holding BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Sofdiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Osaka Fudosan Company Limited	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH	Paris, France		Société mère
Moët Hennessy-LouisVuitton SA			

\* L'adresse mentionnée correspond au siège administratif des sociétés, l'immatriculation du siège social étant dans l'état du Delaware

- (1) Société consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle
- (2) Société intégrée par mise en équivalence
- (3) Société constituée en joint-venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy

# RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

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 relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003, 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.

## 1. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés 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.

## 2. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduites par la loi de sécurité financière du 1<sup>er</sup> août 2003 et applicables pour la première fois à cet exercice, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La valorisation des marques et des écarts d'acquisition est réalisée selon la méthode décrite dans la note 3 de l'annexe. Nous avons apprécié le bien fondé de la méthodologie mise en œuvre basée sur un ensemble d'estimations et examiné les données et hypothèses utilisées par le Groupe et ses conseils pour réaliser ces évaluations. Nous avons, sur ces bases, procédé à l'appréciation du caractère raisonnable de ces estimations.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion sans réserve exprimée dans la première partie de ce rapport.

## 3. VÉRIFICATION SPÉCIFIQUE

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.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 22 avril 2004  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de DELOITTE

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET



LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT 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*

Delphine Arnault

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

Patrick Houël<sup>2</sup>

Arnaud Lagardère<sup>1</sup>

Lord Powell of Bayswater

Felix G. Rohatyn

Hubert Védrine<sup>1 2</sup>

## Censeur

Kilian Hennessy<sup>1</sup>

## Comité d'Audit de la Performance

Michel François-Poncet<sup>1</sup>  
*Président*

Antoine Bernheim<sup>1</sup>

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*

Pierre Godé  
*Conseiller du Président*

Jean-Jacques Guiony  
*Finances*

Patrick Houël  
*Finances*

Concetta Lanciaux  
*Conseiller du Président, Synergies,  
Président 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  
*Membre de DELOITTE  
représenté par Henri Lejetté*

ERNST & YOUNG Audit  
*représenté par Gabriel Galet*

<sup>1</sup> Personnalité indépendante.

<sup>2</sup> Nominatión proposée à l'Assemblée Générale du 13 mai 2004.

## I. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES CANDIDATS AUX FONCTIONS D'ADMINISTRATEUR

### 1.1 MANDATS À RENOUELER

#### **M. Bernard ARNAULT**, Président et Directeur Général

Né le 5 mars 1949

Nationalité : français

Date de première nomination : 26 septembre 1988

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président du Conseil d'Administration de Christian Dior, SA, France.

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

Président de Groupe Arnault SAS, France.

Président du Conseil d'Administration de la Société Civile du Cheval Blanc, France.

Administrateur de :

- Christian Dior Couture, SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton (Japon) KK, Japon ;
- Moët Hennessy Inc., États-Unis.

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

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

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

Membre du Comité de Surveillance de Financière Jean Goujon, SAS, France.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Administrateur de :

- Financière Jean Goujon, SA, France ;
- Vivendi Universal, SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Inc., États-Unis.

Directeur Général de Christian Dior, SA, France.

Représentant légal de Christian Dior, Président de Montaigne Développement, SAS, France.

#### **M. Jean ARNAULT**

Né le 23 octobre 1919

Nationalité : français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président d'Omnium Lyonnais d'Etudes, SAS, France.

Président d'Heliantis, SAS, France.

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

Administrateur de :

- Belle Jardinière, SA, France ;
- Christian Dior Couture, SA, France ;
- Financière Agache, SA, France ;
- Parfums Christian Dior, SA, France.

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

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

Directeur Exécutif et Membre du Comité de Direction de Groupe Arnault SAS, France.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Président d'Honneur, Directeur Général et Administrateur de Groupe Arnault SA, Paris.

Administrateur de :

- Celine, SA, France ;
- Montaigne Finance, SA, France ;
- Groupe George V, SA, France ;
- Héliantis, SA, France ;
- Octis, Luxembourg ;
- Paris Provence Bâtiment, SA, France.

Dirigeant de la société Financière Saint Nivard, SAS, France.

#### **M. Nicholas CLIVE WORMS**

Né le 14 novembre 1942

Nationalité : français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

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

Président de Permal Group, SCA, France.

Président du Conseil d'Administration de :

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

Président de Worms 1848, SAS, France.

Administrateur de :

- Financière de Services Maritimes, SA, France ;
- Ifabanque, SA, France ;
- Unibail Holding, SA, France ;
- Haussmann Holdings, SA, Luxembourg.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Associé Gérant de Maison Worms & Cie, France.

Administrateur de :

- Groupe Danone, SA, France ;
- TF1, SA, France ;
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Royaume-Uni ;
- Christie's International Plc, Royaume-Uni.

Membre du Conseil de Surveillance de Demachy Worms & Cie.

Représentant permanent de Permal Group SA, Administrateur d'Ifabanque, France.

#### **M. Félix G. ROHATYN**

Né le 29 mai 1928

Nationalité : américain

Date de première nomination : 14 mai 2001

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président de LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Inc., États-Unis.

Vice-Président du Conseil d'Administration de Carnegie Hall, États-Unis.

Administrateur de Suez, SA, France.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Lagardère SCA, France ;
- Publicis Groupe, SA, France.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Conseiller principal auprès du Council on Foreign Relations, États-Unis.

Administrateur de :

- Comcast Corporation, États-Unis ;
- Fiat S.p.A., Italie ;
- Pfizer Inc, États-Unis.

Ambassadeur des États-Unis en France.

Directeur Général de Lazard Frères L.L.C.

## 1.2 NOUVELLES NOMINATIONS

### **Mlle Delphine ARNAULT**

Née le 4 avril 1975

Nationalité : française

Date de cooptation : 10 septembre 2003

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Administrateur de Loewe SA, Espagne.

### **M. Patrick HOUËL**, Directeur Financier du groupe LVMH

Né le 25 juillet 1942

Nationalité : français

---

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Vice-Président du conseil de surveillance de LVMH Fashion Group, SA, France.

Président et Directeur Général de LVMH Finance, SA, France.

Président du Conseil d'Administration d'Objectif Second Marché, SICAV, France.

Administrateur de :

- Compagnie Financière Laflachère, SA, France ;
- DI Group, SA, France ;
- E-Vintage.com, SA, France ;
- Moët Hennessy International, SA, France ;
- Parfrance, SICAV, France ;
- Parfums Givenchy, SA, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Slivarente, SICAV, France ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- 1896 Corp, États-Unis ;
- 598 Madison Leasing Corp, États-Unis ;
- DFS Group L.P., États-Unis ;
- DFS Guam L.P., Guam ;
- Hoche Financial Inc, États-Unis ;
- Hoche Holdings Inc, États-Unis ;
- Hoche Investissements Inc, États-Unis ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Japan KK, Japon ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Inc, États-Unis ;
- Schieffelin & Co, États-Unis ;
- Sofidiv Inc, États-Unis ;
- Tag Heuer International, SA, Luxembourg.

Président de :

- Delphine, SAS, France ;
- Eutrope, SAS, France ;
- Sofidiv, SAS, France ;
- Ufipar, SAS, France ;

- Creare, Luxembourg ;
- Hoche Financial Inc, États-Unis.

Représentant permanent de :

- LVMH Fashion Group, Administrateur de Sephora, SA, France ;
- LVMH Finance, Administrateur de Flavius Investissements, SA, France et de LV Capital, SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton, Administrateur de Guerlain, SA., France, de Kenzo, SA, France et de Louis Vuitton Malletier, SA, France ;
- Moët Hennessy, Administrateur de Krug, Vins fins de Champagne SA, France ;
- Ufipar, Administrateur des Grands Magasins de la Samaritaine Maison Ernest Cognacq, SA, France, et Membre du conseil de surveillance de Berluti, SA, France.

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

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

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Représentant permanent de :

- Ufipress, Administrateur de DI Group, SA, France ;
- Ufipar, Administrateur de D2I, SA, France, de Fred Paris, SA, France, et de Cie Française du Champagne et du Luxe, SA, France ;
- Soparafi, Administrateur d'Euro RSCG Omnium, France.

Président et Directeur Général de Saint Jacques Finance, SA, France.

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

Administrateur de :

- Céline Montaigne, SA, France ;
- Moët Hennessy, SA, France ;
- Pechel Industries, SA, France ;
- Ufipress, SA, France ;
- Chamarac Properties Inc, États-Unis ;
- Omas, Srl, Italie.

### M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947

Nationalité : français

#### FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Associé-Gérant de Hubert Védrine (HV) Conseil, SARL, France.

#### FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Ministre des Affaires Étrangères.

## II. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES ADMINISTRATEURS

### 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, SCS, France.

Président du Conseil de Surveillance de LVMH Fashion Group, SA, France.

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

Administrateur de :

- DI Group, SA, France ;
- Europatweb, SA, France ;
- Ipsos, SA, France.

Membre du Conseil de Surveillance de Tajan, SA, France.

Président de MPG Investissements SAS, France.

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

Directeur Exécutif de Groupe Arnault SAS, France.

Représentant permanent d'Eurofinweb NV, Administrateur d'Europatweb France, SA, France.

Représentant de Montaigne Participations et Gestion SA, membre du Comité de Surveillance de Paul Doumer Automobiles SAS.

### 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 2004

#### FONCTIONS ET MANDATS :

Directeur Général de LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Inc, États-Unis.

Administrateur de :

- 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 ;
- Fendi Adele Srl, Italie ;
- Fendi Industria Srl, Italie ;
- Donna Karan International Inc, États-Unis.

**M. Antoine BERNHEIM**, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924

Nationalité : français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

---

**FONCTIONS ET MANDATS :**

Associé de Lazard LLC, États-Unis.

Président du Conseil d'Administration de Generali, Italie.

Vice-Président de Bolloré Investissement, SA, France.

Administrateur de :

- Bolloré, SA, France ;
- Christian Dior, SA, France ;
- Christian Dior Couture, SA, France ;
- Ciments Français, SA, France ;
- Generali France Holding, SA, France ;
- Rue Impériale, SA, France ;
- AMB Generali Holding AG, Allemagne ;
- BSI, Suisse ;
- Generali Holding Vienna AG, Autriche ;
- Intesa S.p.a., Italie ;
- Mediobanca, Italie.

Membre du Conseil de Surveillance d'Eurazeo, France.

**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 du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué de Tod's SpA, Italie.

Président du Conseil d'Administration de :

- Fondazione Della Valle Onlus, Italie ;
- Italiatouch Srl, Italie.

Président d'honneur d'ACF Fiorentina SpA, Italie.

Associé Commandité et Administrateur de Diego Della Valle & C. Sapa, Italie.

Administrateur de :

- Le Monde Europe, SAS, France ;
- Tod's UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- D.A.DV Family Holding Sarl, Luxembourg ;
- Banca Nazionale del Lavoro, Italie ;
- Compagnia Immobiliare Azionaria, Italie ;
- DI.VI Finanziaria S.A.P.A, Italie ;
- Ferrari Spa, Italie ;
- Gimar Srl, Italie ;
- Maserati Spa, Italie.

**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 BNP Paribas, SA, France.

Président du Conseil d'Administration de BNP Paribas, SA, Suisse.

Vice-Président de Pargesa Holding SA, Suisse.

Administrateur de :

- Finaxa, SA, France ;
- Schneider Electric SA, France ;
- BNP Paribas U.K. Holdings Ltd, Grande-Bretagne ;
- Compagnie Monégasque de Banque, Monaco ;
- Erbé, SA, Belgique ;
- Power Corporation du Canada, Canada ;
- Vittoria Assicurazioni, Italie.

### **M. Albert FRÈRE**

Né le 4 février 1926

Nationalité : belge

Date de première nomination : 29 mai 1997

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS :**

Président du Conseil d'Administration de :

- Erbé S.A., Belgique ;
- Frère-Bourgeois 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.

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

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

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

Administrateur de la Société Civile du Cheval Blanc, France.

Représentant permanent de 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.

### **M. Jacques FRIEDMANN**

Né le 15 octobre 1932

Nationalité : français

Date de première nomination : 5 mars 2003

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2004

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS :**

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 LVMH Fashion Group SA, France.

Administrateur de :

- BNP Paribas, SA, France ;
- Total, SA, France.

### **M. Pierre GODÉ, Conseiller du Président**

Né le 4 décembre 1944

Nationalité : français

Date de première nomination : 13 janvier 1989

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS :**

Président et Directeur Général de :

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

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

Administrateur et Directeur Général Délégué de Le Bon Marché Maison Aristide Boucicaut, SA, France.

Directeur Exécutif de Groupe Arnault SAS, France.

Président de Financière Jean Goujon SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior, SA, France ;
- Christian Dior Couture, SA, France ;
- Le Bon Marché International, SA, France ;
- Montaigne Participations et Gestion, SA, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France ;
- Christian Dior Inc., États-Unis ;
- Fendi SA, Luxembourg ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Inc., États-Unis ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton (Japon) KK, Japon ;
- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne.

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

Représentant permanent de :

- Financière Agache, Administrateur de Parfums Christian Dior, SA, France ;
- Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, Administrateur de Franck & Fils, SA, France ;
- Louis Vuitton Malletier, Administrateur de Belle Jardinière, SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton, Administrateur de DI Group, SA, France.

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

Membre du Comité de Direction de Sofidiv, SAS, France.

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

Gérant de Redeg, SARL, France.

### **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 de :

- France Champagne, SA, France ;
- Moët Hennessy UDV France, SAS, France ;
- Moët Hennessy UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy, Shangai, Chine.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires de Champagne Moët & Chandon, SCS, France.

Gérant de LVMH Wine and Spirit Deutschland GmbH, Allemagne.

Membre du Conseil des Commanditaires de :

- Jas Hennessy & Co, SCS, France ;
- Veuve Clicquot Ponsardin, SCS, France.

Membre du Conseil de Surveillance de Schieffelin & Somerset, États-Unis.

### **M. Arnaud LAGARDÈRE**

Né le 18 mars 1961

Nationalité : français

Date de première nomination : 15 mai 2003

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS :**

Gérant et Associé Commandité de Lagardère SCA, France.

Président et Directeur Général de :

- Hachette SA, France ;

- Lagardère Capital & Management, SA, France.

Président du Conseil d'Administration de Lagardère Thématiques, SA, France.

Président d'European Aeronautic Defense and Space Company, Pays-Bas

Président d'EADS Participations B.V, Pays-Bas.

Vice-Président et Directeur Général délégué de Arjil Commanditée – ARCO, SA, France.

Vice-Président du Conseil de Surveillance de Arjil & Compagnie, SCA, France.

Membre du Conseil de Surveillance de Virgin Stores SA, France.

Administrateur de :

- Fimalac, SA, France ;
- France Télécom, SA, France ;
- Hachette Livre, SA, France ;
- Hachette Distribution Services, SA, France ;
- Hachette Filipacchi Médias, SA, France.

Président de :

- Lagardère, SAS, France ;
- Lagardère Active, SAS, France ;
- Lagardère Active Broadband, SAS, France ;
- Lagardère Images, SAS, France.

Président de la Fondation Hachette, France.

Président Délégué de Lagardère Active Broadcast, Monaco.

Administrateur de Lagardère Ressources, SAS, France.

Représentant permanent de Lagardère Active Publicité, Administrateur de Lagardère Active Radio International, SA, France.

Représentant d'Hachette SA au Conseil de gérance de Sédi TV-Téva, SNC, France.

Gérant de Lagardère Elevage, SNC, France.

### **Lord POWELL of BAYSWATER**

Né le 6 juillet 1941

Nationalité : anglais

Date de première nomination : 29 mai 1997

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

---

#### **FONCTIONS ET MANDATS :**

Président du Conseil d'Administration de :

- Sagitta Asset Management, Grande-Bretagne,

- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne.

Administrateur de :

- Financière Agache, SA, France ;
- British Mediterranean Airways, Grande-Bretagne ;
- Caterpillar Inc, États-Unis ;
- Falgos Investments Ltd, Grande-Bretagne ;
- Mandarin Oriental International Ltd, Bermudes ;
- Matheson & Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Northern Trust Global Services, Grande-Bretagne ;
- Schindler Holding, Suisse ;
- Singapore Millennium Foundation Limited, Singapour ;
- Textron Corporation, États-Unis ;
- Yell Group Ltd, Grande-Bretagne.

### 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, SCS, France.

Administrateur de Parfums Christian Dior, SA, 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 4 rue Auber 75009 Paris Représenté par M. Gabriel GALET</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, 185 avenue Charles de Gaulle 92524 Neuilly sur Seine Cedex Représenté par M. Henri 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

(en milliers d'euros)	2003				2002			
	Ernst & Young		COGERCO		Ernst & Young		COGERCO	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
<b>Audit</b>								
Commissariat aux comptes	11 701	85	1 426	83	11 415	87	1 320	64
Missions accessoires	314	2	74	4	852	7	550	26
	<b>12 015</b>	<b>87</b>	<b>1 500</b>	<b>88</b>	<b>12 267</b>	<b>94</b>	<b>1 870</b>	<b>90</b>
<b>Autres prestations</b>								
Juridique, fiscal, social	815	6	188	11	622	5	220	10
Autres	978	7	26	2	142	1	–	–
	<b>1 793</b>	<b>13</b>	<b>214</b>	<b>12</b>	<b>764</b>	<b>6</b>	<b>220</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>13 808</b>	<b>100</b>	<b>1 714</b>	<b>100</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.

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

Deux comités, dont la composition, le rôle et les missions sont définis par un règlement intérieur, existent au sein du Conseil d'Administration.

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

## Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de 16 membres dont 6 sont indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

Les administrateurs doivent détenir personnellement un minimum de 500 actions.

Au cours de l'année 2003, le Conseil d'Administration s'est réuni 4 fois. Le taux de présence des administrateurs aux réunions s'est élevé à 90 % 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, le lancement d'un emprunt obligataire ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 969 450 euros à titre de jetons de présence. Ces jetons sont répartis entre les administrateurs et les censeurs selon une clé de répartition définie par le Conseil d'Administration et qui prend en compte les fonctions exercées au sein du Conseil et des Comités.

## Comité d'Audit de la Performance

Le Comité d'audit de la Performance a pour missions essentielles de s'assurer de la conformité des principes comptables suivis par la Société avec les principes généralement admis et d'examiner les comptes sociaux et consolidés, avant leur soumission au Conseil d'Administration.

Il est actuellement composé de 4 administrateurs dont 3 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité d'audit de la Performance s'est réuni 5 fois au cours de l'exercice 2003. Toutes les réunions à l'exception de l'une d'entre elles ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que celle des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, du Conseiller du Président, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Fiscal et du 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 conclues avec des sociétés apparentées, le déroulement de l'appel d'offres pour le renouvellement des Commissaires aux Comptes, la valorisation des marques et goodwill du Groupe.

## Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations

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

- des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société, ainsi que sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (généraux) Délégué(s) de la Société,
- des avis sur les candidatures aux postes d'administrateur et de censeur ou aux fonctions de membre du Comité Exécutif du groupe et de direction générale de ses principales filiales et sur la rémunération et les avantages en nature attribués aux administrateurs et censeurs de la Société par la Société ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération et d'incitation, fixes ou variables, immédiats et différés, des dirigeants du Groupe.

Il est composé de 3 membres dont 2 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité s'est réuni 3 fois au cours de l'exercice 2003 en présence de tous ses membres. Il a émis des propositions relatives à la rémunération et à l'attribution d'options d'achat d'actions aux dirigeants et rendu des avis sur la rémunération attribuée à certains administrateurs par la Société ou ses filiales. 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.

### 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 au moins, dont la majorité d'entre eux 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 À 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 MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON

Les actes et documents émanant de la société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société Anonyme » ou des initiales « SA » et de l'énonciation du montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la société au Registre du Commerce et des Sociétés.

#### ARTICLE 4 – SIÈGE SOCIAL

Le siège social est à Paris – 75008, 22 avenue Montaigne. Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'Administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée Générale Ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée Générale Extraordinaire.

#### ARTICLE 5 – DURÉE

La société, qui existe depuis le 1er 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 0,30 EUR nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de 50 FRF ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à 34 676 410 FRF, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de 50 FRF 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 407 306 179 FRF.

2 989 110 actions de 50 FRF ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à 1 670 164 511 FRF, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion.

1 343 150 actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société LE BON MARCHÉ, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à 1 700 000 000 FRF.

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 bénéfiques 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 À 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. Sous réserve des dérogations prévues par la Loi, la Société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'Administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de trois mois.

3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers 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 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.
3. 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 À AUTORISATION

Les cautions, avals et garanties, donnés par la société doivent être autorisés par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Toute convention intervenant entre la société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur Général ou l'un de ses Directeurs Généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur Général ou l'un 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 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la Société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales. Cependant, ces conventions, sauf lorsqu'en raison de leur objet ou de leurs implications financières, elles ne sont significatives pour aucune des parties, sont communiquées par l'intéressé au président du conseil d'administration. La liste et l'objet desdites conventions sont communiqués par le président aux membres du conseil d'administration et aux commissaires aux comptes.

#### ARTICLE 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. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, 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'Économie, au dépositaire central d'instruments financiers, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

La Société au vu de la liste transmise par l'organisme susmentionné, a la faculté de demander, soit par l'entremise de cet organisme, soit directement, aux personnes figurant sur cette liste et dont la Société estime qu'elles pourraient être inscrites pour compte de tiers les informations concernant les propriétaires des titres prévues ci-dessus.

Ces personnes sont tenues, lorsqu'elles ont la qualité d'intermédiaire, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres. L'information est fournie directement à l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, à charge pour ce dernier de la communiquer, selon le cas, à la société émettrice ou à l'organisme susmentionné.

## ARTICLE 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.

À défaut de réunion de l'Assemblée Générale, comme dans le cas où cette Assemblée n'a pu délibérer valablement, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la société.

#### ARTICLE 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

À l'expiration de la durée de la société ou en cas de dissolution anticipée, l'Assemblée Générale règle le mode de liquidation et nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi. La nomination des liquidateurs met fin aux fonctions des Administrateurs et, s'il en existe, des Censeurs.

#### ARTICLE 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

## I. 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 2003, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 40,4 millions d'euros au titre de l'assistance de gestion ; les produits et charges financières intragroupe résultant de la centralisation de trésorerie décrite ci-dessus se sont élevés pour la même période à respectivement 112 et 86 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.

## II. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

### 2.1 Règles statutaires relatives aux modifications du capital social

Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

Le capital peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

### 2.2 Capital social – catégories d'actions

Les actions émises par la Société relèvent d'une seule catégorie. Au 1<sup>er</sup> mars 2004, 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, 212 350 177 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

### 2.3 Capital autorisé

Au 31 décembre 2003, le capital autorisé de la Société s'élevait à 604 635 532 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 15 mai 2003 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 2003 14 698 122 actions. Au 31 décembre 2003, il restait 14 698 122 options attribuables.

Cette autorisation a été consentie pour une durée de trente-huit mois, venant à expiration le 14 juillet 2006.

- **Autorisations d'augmenter le capital**

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003 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, n'a pas été utilisée à ce jour.

En outre, l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003 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, ce montant venant s'imputer sur le montant global de 30 millions d'euros mentionné ci-dessous. Le prix de souscription sera compris entre 80 % et 100 % de la moyenne du cours des vingt dernières séances de Bourse.

Cette autorisation, consentie pour une durée de 26 mois, n'a pas été utilisée à ce jour.

#### • Autorisation de réduire le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003 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 13 mai 2004 de renouveler cette autorisation pour une durée de 24 mois.

#### 2.4 Autorisation de racheter des actions de la société

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003 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° 03-316 en date du 25 avril 2003.

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 2003, soit 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d'achat des actions ne doit pas excéder 100 euros, soit un investissement maximal théorique d'environ 4,9 milliards d'euros ;
- le prix unitaire de vente ne doit pas être inférieur à 30 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 2003 font l'objet du traitement comptable suivant :

- 145 000 actions, représentant un coût d'acquisition d'environ 8 millions d'euros ont été affectées en valeurs mobilières de placement ;
- 19 433 292 actions, représentant un coût d'achat d'environ 822 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 13 mai 2004 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 1<sup>er</sup> janvier 2004, 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 2003.

## 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 1998</b>		–	–	–	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
	Levées 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>	Levées d'options	26 587	21	1 166	146 957	97 984 237
	Division par 5 du nominal <sup>(1)</sup>	391 874 108	–	–	–	489 858 345
<b>2001</b>	Levées d'options	42 770	12	710	146 970	489 901 115
<b>2002</b>	Levées d'options	36 295	11	748	146 981	489 937 410
<b>2003</b>	Levées d'options	–	–	–	146 981	489 937 410
<b>Au 31 décembre 2003</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 2004, le capital était constitué de 489 937 410 actions. Compte tenu des actions auto-détenues, 469 387 891 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 212 350 177 actions avec droit de vote double :

- 232 386 039 actions étaient sous forme nominative pure,
- 17 548 636 actions étaient sous forme nominative administrée,
- 240 002 735 actions étaient au porteur.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2003, la Société compte environ 191 900 actionnaires.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault <sup>(1)</sup>	232 819 690	432 596 830	47,52	63,45
Autres actionnaires	257 117 720	249 141 238	52,48	36,55
<b>Total au 1<sup>er</sup> mars 2004</b>	<b>489 937 410</b>	<b>681 738 068</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 :

- un actionnaire détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2003 ;
- 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 2003, les dirigeants et membres du Conseil d'Administration détenaient directement et à titre personnel moins de 0,01 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 1<sup>er</sup> mars 2004, la Société détenait 20 549 519 de ses propres actions dont 17 729 292 au titre des plans d'options d'achat et le solde, soit 2 820 227 au titre des programmes de rachat d'actions. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2003, 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 33 889 actions de la Société LVMH (soit moins de 0,2 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2003, 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 3 % du capital. A l'issue de ces mouvements, la Société Générale et certaines de ses filiales détenaient 2,81 % du capital et 1,99 % des droits de vote. La Caisse des Dépôts et Consignations et certaines de ses filiales détenaient, pour leur part, 1,42 % du capital et 1 % des droits de vote.

Par ailleurs, la Société a été informée qu'à la suite de différents reclassements de titres au sein des holdings qui la contrôlent, intervenus au cours du mois de juin, la société Financière Agache a franchi à la baisse le seuil de 5 % du capital, tandis que les sociétés Le Peigné et Montaigne Participations et Gestion franchissaient à la hausse le seuil de 1 %.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2003, les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 79,6 % et 20,4 % 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 2003 et à ce jour.

### 3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2003			Au 31 décembre 2002			Au 31 décembre 2001		
	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 <sup>(1)</sup>	233 004 690	47,56	63,24	233 717 690	47,70	64,42	232 793 090	47,52	64,51
dont									
– Financière Jean Goujon <sup>(2)</sup>	207 821 325	42,42	59,52	207 821 325	42,42	58,71	207 821 325	42,42	60,72
– Financière Agache <sup>(3)</sup>	8 021 810	1,64	2,34	24 498 685	5,00	5,44	24 498 685	5,00	3,65
Auto-détention	19 578 292	4,00	–	21 253 009	4,34	–	32 328 548	6,60	–
Auto-contrôle	–	–	–	2 870 000	0,59	–	1 323 142	0,27	–
Public au nominatif	6 333 419	1,29	1,79	15 600 783	3,18	4,37	15 742 704	3,21	4,53
Public au porteur	231 021 009	47,15	34,97	216 495 928	44,19	31,21	207 713 631	42,40	30,96
Total	489 937 410	100,00	100,00	489 937 410	100,00	100,00	489 901 115	100,00	100,00

(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) En 2003, la société Financière Agache a cédé 3,36 % du capital de la société aux sociétés Le Peigné et Montaigne Participations et Gestion, et la société Groupe Arnault SAS a cédé 0,15 % du capital de la société.

### 3.3 Nantissements 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 2003 ce nantissement portait sur 6 700 000 actions, soit 1,37 % du capital.

### 3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la société

Au 1<sup>er</sup> mars 2004, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société représentant 42,42 % du capital et 59,74 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 1<sup>er</sup> mars 2004, 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.

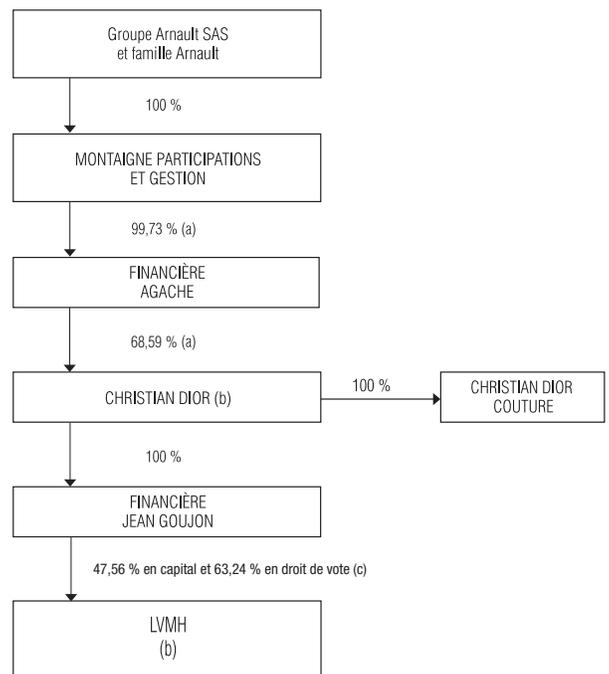
Monsieur Bernard Arnault est le Président et Directeur Général de la Société et Monsieur Jean Arnault est membre du Conseil d'Administration de la Société.

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 31 DÉCEMBRE 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 %.

# RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À 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 2003 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

#### 1.11. Évolution du portefeuille de titres de participation

Le portefeuille de participations est resté stable à 9,9 milliards d'euros ; aucun mouvement significatif d'acquisition, souscription ou de cession n'a eu lieu sur l'exercice

#### 1.12 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 encours ; 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 2003, les excédents de trésorerie, après toutes opérations de gestion, d'investissements et après versements des dividendes ont permis d'amortir des emprunts et des dettes financières pour 1,7 milliard d'euros et de limiter les nouveaux emprunts et dettes financières.

LVMH a cependant émis ou souscrit de nouveaux emprunts et dettes financières qui ont permis de recueillir 1,2 milliard d'euros.

LVMH a notamment procédé à une émission obligataire publique à 7 ans d'un montant nominal de 750 millions d'euros au coupon de 5 % ; en outre, LVMH a continué à

diversifier sa base investisseurs et à tirer partie d'opportunités au moyen de placements privés réalisés dans le cadre du programme Euro Medium Term Note (EMTN), pour un montant total de 356 millions d'euros, emprunts aux caractéristiques suivantes :

- un emprunt de 306 millions d'euros, émis au pair, à taux fixe, comportant une clause d'indexation partielle sur le cours de l'action, remboursable en 2008 ;
- un emprunt de 200 millions de Hong Kong dollars, émis au pair, à taux variable Hibor Hong Kong dollars + marge, remboursables en 2006 ;
- un emprunt de 1 milliard de yens, émis au pair, à taux fixe, remboursable en 2006 ;
- un emprunt de 20 millions de dollars, émis à Libor USD + marge, remboursable en 2005.

La réduction de la dette de la société en 2003 a porté en premier lieu sur la dette financière court terme, l'encours des émissions de billets de trésorerie diminuant notamment de 1 002 millions d'euros au cours de l'année.

#### 1.13 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.

#### 1.14 Capital social

Le capital social est resté inchangé à 146,9 millions d'euros.

## 1.2 Opérations de la société sur ses propres actions

Au cours de l'exercice, les opérations de la société sur ses propres actions ont été les suivantes :

(en milliers d'euros)	Valeurs mobilières de placement				Titres immobilisés
	Plans d'options		Programme d'achat		EUR
	Nombre	EUR	Nombre	EUR	
Au 1 <sup>er</sup> janvier	16 702 409	716 442	4 550 600	218 284	–
Achats	3 213 725	118 244	4 475 966	202 709	–
Cessions	–	–	(8 887 091)	(396 401)	–
Transferts	(5 495)	(94)	5 495	94	–
Levées d'options	(477 347)	(12 951)	–	–	–
Au 31 décembre	19 433 292	821 641	145 000	8 208	–

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°03-316 de la Commission des Opérations de Bourse le 25 avril 2003, et autorisé par l'Assemblée Générale des Actionnaires le 15 mai 2003.

Les cours moyens d'achat et de cession de titres, dans le cadre des opérations de régularisation de cours, ont été de 45 euros. Au 31 décembre 2003, les actions LVMH auto détenues représentent 0,03 % du capital social (4 % si l'on inclut les actions affectées aux plans d'options d'achat).

Les opérations ci-dessus ont représenté un montant de frais de 326 000 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 augmentation par rapport à ceux de l'exercice précédent en raison de la distribution, par certaines filiales, fin 2003, d'acomptes sur dividendes, 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 296 millions d'euros.

Les dotations exceptionnelles aux provisions reflètent principalement les dépréciations jugées nécessaires de certaines participations.

Enfin, lors de l'établissement de la déclaration fiscale de la société, aucune dépense n'a été considérée comme devant être réintégrée dans le résultat imposable ou non déductible, au sens des articles 39-4, 39-5, 54 quater et 223 quinquies du Code Général des Impôts.

## 2. AFFECTATION DU RÉSULTAT DE L'EXERCICE

	Euros
• Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2003	768 370 044,10
Dotation à la réserve légale	–
Report à nouveau au 31 décembre 2003	557 531 725,93
<b>Montant total distribuable</b>	<b>1 325 901 770,03</b>
• Proposition d'affectation :	
– réserve des plus-values à long terme	Néant
– dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 EUR par action	7 349 061,15
– dividende complémentaire de 0,835 EUR par action	409 097 737,35
– report à nouveau	909 454 971,53
	<b>1 325 901 770,03</b>

Si cette affectation est retenue, le dividende net ressortira à 0,85 EUR par action ouvrant droit à un avoir fiscal de 0,425 EUR.

Un acompte sur dividende de 0,22 EUR par action ayant été distribué le 4 décembre 2003, le solde est de 0,63 EUR. Il sera mis en paiement le 19 mai 2004.

Dans le 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 Avoir fiscal	(en Euro)
				Global
<b>2002</b>				
Acompte	489 937 410	0,22	0,11	0,33
Solde	489 937 410	0,58	0,29	0,87
<b>Total</b>		<b>0,80</b>	<b>0,40</b>	<b>1,20</b>
<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>		<b>0,75</b>	<b>0,38</b>	<b>1,13</b>
<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>		<b>0,75</b>	<b>0,38</b>	<b>1,13</b>

### 3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS

#### 3.1. Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2003, Groupe Arnault détenait directement ou indirectement 47,56 % du capital, contre 47,70 % au 31 décembre 2002 et 63,24 % des droits de vote contre 64,42 % au 31 décembre 2002.

#### 3.2 Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2003, les membres du Conseil d'Administration et du Comité Exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,2 % du capital social.

#### 3.3 Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2003, 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 33 889 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 mis en place par la société LVMH

Les bénéficiaires des plans d'options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé.

Dix-sept plans d'options d'achat et un plan d'options de souscription étaient ouverts au 31 janvier 2004 ; 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 d'achat peuvent être exercées après un délai de trois ans à compter de l'ouverture du plan.

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.

### 3.4.1 Plans d'options d'achat :

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée 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 2003 <sup>(2)</sup>	Nombre d'options non exercées <sup>(2)</sup>	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			au 31.12.2003	au 31.01.2004
16.03.1994	364	139 031	118 300	5 800	17,84	17 845	1 576 835	1 571 520
17.06.1994	1	1 250	–	1 250	17,68	7 565	0	0
22.03.1995	395	256 903	96 000	57 500	20,89	14 350	417 520	415 485

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 8 juin 1995 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>			Prix d'exercice (euros)	Nombre d'options levées en 2003 <sup>(2)</sup>	Nombre d'options non exercées <sup>(2)</sup>	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			au 31.12.2003	au 31.01.2004
30.05.1996	297	233 199	105 000	46 500	34,15	46 785	714 935	710 835
29.05.1997	319	233 040	97 500	46 000	37,50	40 480	1 028 740	983 530
29.01.1998	346	269 130	97 500	65 500	25,92	251 530	1 014 315	968 340
16.03.1998	4	15 800	–	15 800	31,25	16 500	70 400	70 400
20.01.1999	364	320 059	97 000	99 000	32,10	26 275	1 657 760	1 645 730
16.09.1999	9	44 000	5 000	39 000	54,65	–	220 000	210 000
19.01.2000	552	376 110	122 500	81 000	80,10	–	1 879 550	1 878 550

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 17 mai 2000 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées <sup>(1)</sup>			Prix d'exercice (euros)	Nombre d'options levées en 2003 <sup>(2)</sup>	Nombre d'options non exercées <sup>(2)</sup>	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			au 31.12.2003	au 31.01.2004
23.01.2001	786	2 649 075	987 500	445 000	65,12	–	2 606 075	2 604 475
06.03.2001	1	40 000	–	40 000	63,53	–	40 000	40 000
14.05.2001	44 669	1 105 877	–	– <sup>(3)</sup>	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	43,30 <sup>(4)</sup>	–	3 276 500	3 266 500
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	37,00 <sup>(4)</sup>	–	3 213 725	3 205 025

(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.

### 3.4.2 Plan d'options de souscription :

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée annuelle du 15 mai 2003 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées			Prix d'exercice (euros)	Nombre d'options levées en 2003	Nombre d'options non exercées	
		Total	dont mandataires sociaux	dont 10 premiers salariés			au 31.12.2003	au 31.01.2004
23.01.2004	907	2 747 475	930 000	470 000	55,70 <sup>(1)</sup>	–	–	2 747 475

(1) Le prix d'exercice au profit des résidents italiens est de EUR 58,90.

### 3.4.3 Mouvements au cours de l'exercice :

- Mouvements sur l'ensemble des plans d'options d'achat

Nombre d'options	2003	2002	2001
<b>Options en circulation au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>16 702 409</b>	<b>13 725 832</b>	<b>9 769 865</b>
Options consenties	3 213 725	3 292 660	4 397 452
Options levées	(477 347)	(260 923)	(437 410)
Options caduques	(5 495)	(55 160)	(4 075)
<b>Options en circulation au 31 décembre</b>	<b>19 433 292</b>	<b>16 702 409</b>	<b>13 725 832</b>

- 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 Moët Hennessy – Louis Vuitton	22.01.2003	600 000	37,00	21.01.2013
N. Bazire	"	22.01.2003	200 000	37,00	21.01.2013
A. Belloni	"	22.01.2003	200 000	37,00	21.01.2013
P. Godé	"	22.01.2003	200 000	37,00	21.01.2013
G. Hennessy	"	22.01.2003	20 000	37,00	21.01.2013

- Options levées durant l'exercice par les mandataires sociaux de la société

Bénéficiaires	Date du plan	Nombre total d'options	Prix d'exercice (euros)
P. Godé	29.01.1998	47 000	25,92
G. Hennessy	17.03.1993	9 075	15,40

- 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 Moët Hennessy – Louis Vuitton	22.01.2003	495 000	37,00

- 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 Moët Hennessy – Louis Vuitton	17.03.1993 <sup>(1)</sup>	9 075	15,40
”	17.06.1994	7 565	17,68
”	30.05.1996	15 200	34,15
”	29.05.1997	11 000	37,50
”	29.01.1998	135 550	25,92
”	16.03.1998	16 500	31,25
”	20.01.1999	5 500	32,10

(1) Plan échu depuis le 16 Mars 2003.

### 3.5 Plans d'options mis en place par les filiales

Néant.

## 4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

### 4.1 Autorisation d'intervenir en bourse

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003 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, à 100 euros par action le prix maximum unitaire d'achat et à 30 euros par action le prix minimum unitaire de vente.

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 dation 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 15 mai 2003 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.

## 5. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

### 5.1 Composition du conseil d'administration

Il vous est proposé de :

- ratifier la cooptation de Mademoiselle Delphine Arnault en qualité d'Administrateur ;
- renouveler les mandats d'Administrateur de Mademoiselle Delphine Arnault et de Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicholas Clive Worms et Felix G. Rohatyn qui arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée ;
- nommer Messieurs Patrick Houël et Hubert Védrine en qualité d'Administrateurs ;
- renouveler le mandat de Censeur de Monsieur Kilian Hennessy qui arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée.

## 5.2 Renouvellement et nomination des Commissaires aux Comptes titulaires et suppléants

Les mandats de Commissaires aux Comptes Titulaires de la société COGERCO-FLIPO et du cabinet ERNST & YOUNG Audit ainsi que les mandats de Commissaires aux Comptes Suppléants de Messieurs Denis GRISON et Dominique THOUVENIN arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée.

Il vous est proposé de renouveler le cabinet ERNST & YOUNG Audit en qualité de Commissaire aux Comptes Titulaire et Messieurs Denis GRISON et Dominique THOUVENIN en qualité de Commissaires aux Comptes Suppléants.

Compte tenu du rapprochement de la société COGERCO-FLIPO avec le réseau DELOITTE, il vous est par ailleurs proposé de nommer le cabinet DELOITTE TOUCHE TOHMATSU Audit en qualité de Commissaire aux Comptes Titulaire.

## 5.3 Fixation du montant des jetons de présence

Il vous est proposé de fixer à 1 147 500 euros le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration.

## 5.4 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'Administrateur, 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.

## 5.5 Modification des statuts, notamment pour les mettre en harmonie avec les dispositions de la loi de sécurité financière

La loi de Sécurité Financière du 1<sup>er</sup> août 2003 a apporté quelques modifications aux dispositions du Code de Commerce qui régissent les sociétés anonymes.

Nous vous proposons en conséquence de modifier les statuts de la société pour les mettre en harmonie avec les dispositions nouvelles. Les aménagements apportés concernent :

- la composition du Conseil d'Administration (Article 12 point 1) ;
- les pouvoirs du Président du Conseil d'Administration (Article 16 point 1) ;
- le régime des conventions réglementées et des conventions portant sur des opérations courantes (Article 19) ;
- l'identification des détenteurs de titres (Article 26).

Par ailleurs, nous vous proposons de porter à cinq cents (500) le nombre minimum d'actions dont un Administrateur doit être propriétaire (Article 12 point 2).

## 5.6. Rémunérations et avantages en nature des mandataires sociaux<sup>(1)</sup>

(en euros) Nom	Rémunération fixe <sup>(3)</sup>	Rémunération Variable <sup>(3)</sup>	Jetons de présence
Bernard Arnault	881 792	936 976	111 719
Delphine Arnault	58 355	–	14 050
Jean Arnault	–	–	46 546
Nicolas Bazire <sup>(2)</sup>	609 034	739 718	49 775
Antonio Belloni <sup>(2)</sup>	1 293 127	835 206	61 901
Antoine Bernheim	–	–	135 713
Nicholas Clive-Worms	–	–	63 225
Diego Della Valle	–	–	42 150
Michel François-Poncet	–	–	84 300
Albert Frère	–	–	63 225
Jacques Friedmann	–	–	35 125
Pierre Godé <sup>(2)</sup>	345 906	1 955 320	66 548
Gilles Hennessy <sup>(2)</sup>	163 858	78 903	63 225
Cornelis H. van der Hoeven	–	–	7 025
Arnaud Lagardère	–	–	28 100
Jean-Marie Messier	–	–	14 050
Jean Peyrelevade	–	–	28 100
Lord Powell of Bayswater	146 154	–	42 150
Felix G. Rohatyn	130 865	–	42 150

(1) Rémunérations et avantages en nature versés ou supportés par la société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L. 225-102-1 du Code de Commerce.

(2) Avantage en nature : voiture de fonction.

(3) Montant perçu, après déduction des charges sociales, de la CSG et de la CRDS au taux forfaitaire de 5 % et de l'impôt sur le revenu au taux marginal français de 48,09 %. Les rémunérations brutes représentent approximativement le double des montants mentionnés.

## 6. INFORMATIONS RELATIVES À 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.

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ  
LVMH MOËT HENNESSY – LOUIS VUITTON SA

# LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON SA

## BILAN AU 31 DÉCEMBRE 2003

### ACTIF

(en milliers d'euros)	Notes	2003			2002	2001
		Brut	Amortissements Provisions	Net	Net	Net
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>	<b>17</b>					
<b>Immobilisations incorporelles</b>						
Frais d'établissement		—	—	—	—	—
Autres immobilisations incorporelles		—	—	—	—	—
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>7</b>					
Vignobles et autres terrains		25 597	—	25 597	25 597	25 382
Constructions		1 505	(804)	701	890	1 078
Installations techniques, matériels		552	(132)	420	480	685
Autres immobilisations corporelles		5 669	(3 108)	2 561	4 627	5 122
Avances et acomptes		—	—	—	—	—
<b>Immobilisations financières</b>						
Participations	8	9 928 183	(3 019 625)	6 908 558	7 339 968	5 528 517
Créances rattachées à des participations	9	4 968 980	—	4 968 980	5 217 196	7 842 867
Autres titres immobilisés		56 139	—	56 139	9	9
Prêts		579	(100)	479	380	—
Actions LVMH	11	—	—	—	—	—
Autres immobilisations financières		333	—	333	311	326
		<b>14 987 537</b>	<b>(3 023 769)</b>	<b>11 963 767</b>	<b>12 589 458</b>	<b>13 403 986</b>
<b>ACTIF CIRCULANT</b>						
Avances et acomptes versés		—	—	—	—	—
Clients		—	—	—	—	978
Autres créances	10	855 905	(4 239)	851 666	1 032 705	1 263 051
Actions LVMH	11	829 849	(1 428)	828 421	806 308	1 430 405
Valeurs mobilières de placement	11	149 651	—	149 651	218 022	418 497
Disponibilités		104 198	—	104 198	121 823	79 923
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION</b>						
Charges constatées d'avance	12	1 144	—	1 144	5 452	19 760
		<b>1 940 747</b>	<b>(5 667)</b>	<b>1 935 080</b>	<b>2 184 310</b>	<b>3 212 614</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices		—	—	—	—	—
Primes de remboursement des obligations		8 334	—	8 334	12 111	15 248
Écarts de conversion actif	13	—	—	—	—	366
<b>TOTAL ACTIF</b>		<b>16 936 618</b>	<b>(3 029 436)</b>	<b>13 907 181</b>	<b>14 785 879</b>	<b>16 632 214</b>

PASSIF

(en milliers d'euros)	Notes	2003	2003	2002	2001
		Après affectation	Avant affectation	Avant affectation	Avant affectation
<b>CAPITAUX PROPRES</b>					
Capital social (dont versé : EUR 146 981)	14	146 981	146 981	146 981	146 970
Primes d'émission, de fusion et d'apport	14	1 736 276	1 736 276	1 736 276	1 735 528
Écarts de réévaluation	15	42 558	42 558	42 558	42 574
Réserve légale		14 698	14 698	14 697	14 695
Réserves réglementées	16	531 293	531 293	531 293	531 293
Report à nouveau		909 455	557 532	907 570	1 866 988
Acompte sur dividendes		–	(103 433)	(103 109)	(100 666)
Résultat de l'exercice		–	768 370	23 813	(612 237)
Provisions réglementées		147	147	147	148
		<b>3 381 408</b>	<b>3 694 422</b>	<b>3 300 226</b>	<b>3 625 293</b>
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>					
	17				
Provisions pour risques		375 051	375 051	192 326	153 822
Provisions pour charges		6 376	6 376	4 832	5 379
		<b>381 427</b>	<b>381 427</b>	<b>197 158</b>	<b>159 201</b>
<b>DETTES</b>					
	18				
Titres à Durée Indéterminée (T.D.I.)		573 934	573 934	584 797	596 009
Emprunts obligataires convertibles		–	–	–	–
Autres emprunts obligataires		4 082 798	4 082 798	3 552 011	4 265 330
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		545 010	545 010	590 487	601 934
Emprunts et dettes financières divers		4 280 069	4 280 069	6 151 114	6 915 043
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		39 498	39 498	28 182	25 913
Dettes fiscales et sociales		35 752	35 752	43 321	29 061
Autres dettes		585 922	272 908	321 358	408 247
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION</b>					
Produits constatés d'avance		1 363	1 363	1 906	3 436
		<b>10 144 346</b>	<b>9 831 332</b>	<b>11 273 176</b>	<b>12 844 973</b>
Écarts de conversion passif	13	–	–	15 319	2 747
<b>TOTAL PASSIF</b>		<b>13 907 181</b>	<b>13 907 181</b>	<b>14 785 879</b>	<b>16 632 214</b>

# LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON SA

## COMPTE DE RÉSULTAT – EXERCICE 2003

(en milliers d'euros)	Notes	2003	2002	2001
Produits financiers de participations		1 230 441	890 432	1 341 075
Prestations de services, autres revenus		119 096	129 373	141 256
<b>Produits financiers de participations et autres revenus</b>	<b>1</b>	<b>1 349 537</b>	<b>1 019 805</b>	<b>1 482 331</b>
Reprises d'amortissements et provisions, transferts de charges	17	2 112	–	–
Autres produits d'exploitation		456	384	10
<b>Total des produits d'exploitation</b>		<b>1 352 105</b>	<b>1 020 189</b>	<b>1 482 341</b>
Autres achats et charges externes		161 147	178 774	172 964
Impôts, taxes et versements assimilés		2 270	3 148	2 686
Salaires et traitements		34 527	32 183	31 706
Charges sociales		8 240	12 462	10 036
Dotations aux amortissements		617	702	676
Dotations aux provisions	17	3 588	–	5
Autres charges		2 256	5 769	1 497
<b>Total des charges d'exploitation</b>		<b>212 645</b>	<b>233 038</b>	<b>219 570</b>
Reprises de provisions et transferts de charges	17	33 982	332 198	374
Intérêts et produits assimilés	2	140 432	237 380	337 987
Différences positives de change	3	2 020 013	2 205 145	1 482 840
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		25 021	18 442	41 235
<b>Total des produits financiers</b>		<b>2 219 448</b>	<b>2 793 165</b>	<b>1 862 436</b>
Dotations aux amortissements et provisions	17	20 046	23 164	342 909
Intérêts et charges assimilés	4	337 666	469 047	568 621
Différences négatives de change	3	1 983 572	2 161 241	1 421 932
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		41 443	259 743	–
<b>Total des charges financières</b>		<b>2 382 727</b>	<b>2 913 195</b>	<b>2 333 462</b>
<b>RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT</b>		<b>976 181</b>	<b>667 121</b>	<b>791 745</b>
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	5	–	11 235	–
Produits exceptionnels sur opérations en capital	5	2 926	293	52 450
Reprises de provisions et transferts de charges	17	111 815	25 775	–
<b>Total des produits exceptionnels</b>		<b>114 741</b>	<b>37 303</b>	<b>52 450</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		–	6 361	–
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	5	6 241	250	31 405
Dotations aux amortissements et provisions	17	612 386	987 964	1 726 402
<b>Total des charges exceptionnelles</b>		<b>618 627</b>	<b>994 575</b>	<b>1 757 807</b>
Impôt sur les bénéfices	6	(296 075)	(313 964)	(301 375)
<b>RÉSULTAT NET</b>		<b>768 370</b>	<b>23 813</b>	<b>(612 237)</b>

# TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2003	2002	2001
<b>EXPLOITATION</b>			
• Résultat net	768	24	(612)
• Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	429	830	1 727
• Variation des autres provisions	60	(176)	343
• Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	16	246	(53)
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>1 273</b>	<b>924</b>	<b>1 405</b>
• Variation des autres créances et dettes (y compris comptes courants intra-groupe)	(549)	3 664	(2 289)
<b>VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>(549)</b>	<b>3 664</b>	<b>(2 289)</b>
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>	<b>724</b>	<b>4 588</b>	<b>(884)</b>
<b>INVESTISSEMENT</b>			
• Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	–	–	(2)
• Acquisition de titres de participation	–	(69)	(1)
• Cession de titres de participation, et opérations assimilées	3	–	52
• Souscription aux augmentations de capital de filiales	–	(2 568)	(3)
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>	<b>3</b>	<b>(2 637)</b>	<b>46</b>
<b>FINANCEMENT</b>			
• Augmentation de capital	–	1	1
• Acquisitions et cessions d'actions LVMH	88	592	(87)
• Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(374)	(350)	(345)
• Émission ou souscription de dettes financières	1 171	236	2 567
• Remboursement de dettes financières	(1 698)	(2 588)	(1 042)
• (Acquisition) / Cession de valeurs mobilières de placement cotées	–	–	126
<b>VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>	<b>(813)</b>	<b>(2 109)</b>	<b>1 220</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE</b>	<b>(86)</b>	<b>(158)</b>	<b>382</b>
<b>TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE</b>	<b>340</b>	<b>498</b>	<b>116</b>
<b>TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE</b>	<b>254</b>	<b>340</b>	<b>498</b>

# RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en milliers d'euros, sauf résultats par actions, exprimés en euros)	1999	2000	2001	2002	2003
<b>1.</b>					
a) Capital social <sup>(1)</sup>	146 936	146 958	146 970	146 981	146 981
b) Nombre d'actions ordinaires existantes <sup>(2)</sup>	97 957 650 <sup>(1)</sup>	489 858 345 <sup>(2)</sup>	489 901 115	489 937 410	489 937 410
c) Nombre maximal d'actions futures à créer :					
– par conversion d'obligations	–	–	–	–	–
– par exercice de bons de souscription	–	–	–	–	–
– par exercice de droits de souscription	32 167	87 480	40 855	–	–
<b>2. Opérations et résultats de l'exercice</b>					
a) Produits financiers de participations et autres revenus	554 691	573 064	1 482 331	1 019 805	1 349 537
b) Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	968 787	426 670	1 457 381	677 670	961 023
c) Impôts sur les bénéfices <sup>(3)</sup>	24 680	–	–	–	–
d) Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	908 774	514 048	(612 237)	23 813	768 370
e) Résultat distribué	333 056	367 394	367 426	391 950	416 447
<b>3. Résultats par actions</b>					
a) Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	9,77 <sup>(1)</sup>	0,88 <sup>(2)</sup>	2,99	1,38	2,57
b) Résultat après impôts, et charges calculées (amortissements et provisions)	9,40 <sup>(1)</sup>	1,06 <sup>(2)</sup>	(1,25)	0,05	1,57
c) Dividende net distribué à chaque action	3,40 <sup>(1)</sup>	0,75 <sup>(2)</sup>	0,75	0,80	0,85
<b>4. Personnel</b>					
a) Effectif moyen (en nombre)	34	33	35	36	36
b) Montant de la masse salariale	17 302	20 788	31 706	32 183	34 527
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	5 168	6 153	10 036	12 462	10 228

(1) Le 21 juin 1999 : attribution d'actions gratuites à raison d'une action nouvelle pour dix anciennes, jouissance au 1<sup>er</sup> 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 euro à 0,30 euro et, le nombre d'actions composant le capital étant multiplié par 5.

(2) 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 la société, et pour une meilleure présentation de son compte de résultat, les dividendes perçus des filiales et participations sont classés en produits d'exploitation, en dérogation au Plan Comptable Général, ainsi que les quotes-parts de résultats bénéficiaires de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés

2. Les principales règles et méthodes utilisées sont les suivantes :

2.1 Les immobilisations corporelles sont enregistrées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition) ou à leur valeur d'apport, à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont été réévaluées en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.2 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, du montant de cette 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, l'utilisation de ces critères étant pondérée par les effets de la 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 été réévalués en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.3 Les créances sont valorisées 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 comptable.

2.4 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.

2.5 Les valeurs mobilières de placement, ainsi que les produits monétaires de capitalisation, sont évaluées à

leur coût d'acquisition (hors frais de transaction), ou à leur valeur de marché si celle-ci est inférieure.

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.

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

Les actions LVMH acquises dans le cadre réglementaire des programmes de rachat ou de plans d'options d'achat figurent en valeurs mobilières de placement.

Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat sont affectées à ces plans, pour la durée de ceux-ci. Les actions détenues dans la perspective d'une détention de longue durée, d'une annulation ou d'un échange figurent en autres titres immobilisés

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH, calculée comme défini au 2.6 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une provision pour dépréciation est enregistrée, du montant de la différence. Pour les actions affectées aux plans d'options, le calcul de la dépréciation s'apprécie plan par plan lorsque les options correspondantes sont présumées exerçables (valeur de marché de l'action supérieure au prix d'exercice de l'option), et par rapport aux prix de revient moyen d'ensemble des plans concernés lorsque ceux-ci sont présumés non exerçables (valeur de marché de l'action inférieure au prix d'exercice de l'option).

En outre, lorsque la valeur des actions LVMH affectées aux plans d'options, nette de dépréciation, est supérieure au prix d'exercice prévu par chacun des plans, une provision pour risques et charges est comptabilisée, du montant de la différence.

2.7 Les dividendes des filiales et participations sont enregistrés lorsqu'ils sont perçus, nets de retenue à la source pour les dividendes de sociétés étrangères.

2.8 Les opérations en devises sont enregistrées aux cours des devises à la date des transactions.

Les dettes et créances en devises sont réévaluées aux cours du 31 décembre, les gains et pertes non réalisés résultant

de cette réévaluation étant portés en écart de conversion. Les pertes de change non réalisées au 31 décembre font l'objet de provisions, excepté pour les pertes compensées par des gains potentiels dans une même devise.

Les écarts de change constatés en fin d'exercice sur des disponibilités en devises sont enregistrés dans le compte de résultat.

2.9 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.

2.10 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.

## 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, apparaissant dans le compte de résultat sont essentiellement le reflet de ces opérations.

## III. NOTES SUR LE BILAN ET LE COMPTE DE RÉSULTAT

### Note 1 : PRODUITS FINANCIERS DE PARTICIPATIONS ET AUTRES REVENUS

(en milliers d'euros)	2003	2002	2001
Produits financiers de filiales et participations :			
– Dividendes perçus de sociétés françaises	988 867	814 814	1 338 067
– Dividendes perçus de sociétés étrangères	–	–	1 772
– Quote part de résultats de filiales françaises « transparentes »	241 574	75 618	1 236
	1 230 441	890 432	1 341 075
Revenus fonciers	4 410	4 167	4 011
Prestations de services	114 686	125 206	137 245
	<b>1 349 537</b>	<b>1 019 805</b>	<b>1 482 331</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)	2003	2002	2001
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	111 842	210 551	306 894
Revenus de placements et autres produits financiers	28 590	26 859	31 093
	<b>140 432</b>	<b>237 380</b>	<b>337 987</b>

## 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	1 979 433	1 979 433
Différences de change au titre d'opérations pour compte propre	4 139	40 580
	<b>1 983 572</b>	<b>2 020 013</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)	2003	2002	2001
Intérêts sur TDI	71 369	74 006	70 408
Intérêts sur emprunts obligataires	123 678	160 234	167 601
Intérêts sur emprunts bancaires	15 307	20 136	46 093
Intérêts sur billets de trésorerie	29 000	76 567	161 717
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	86 110	120 747	114 067
Autres intérêts et charges financières	12 202	17 357	8 735
	<b>337 666</b>	<b>469 047</b>	<b>568 621</b>

#### Note 5 : RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Les dotations exceptionnelles aux provisions concernent à hauteur de 566 millions d'euros le portefeuille de titres ; elles comprennent 428 millions d'euros de provisions pour dépréciation et 138 millions d'euros de provisions pour risques et charges supportés par certaines participations. Les dotations exceptionnelles aux provisions incluent en outre des provisions pour risques et charges au titre des risques généraux décrits en Note 17.

Les reprises exceptionnelles de provisions correspondent, pour 100 millions d'euros, à la reprise de provision pour dépréciation constituée à la fin de l'exercice précédent au titre d'actions LVMH détenues dans le cadre de plans d'options d'achat.

#### 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.

Le montant d'impôt créditeur de 296 075 milliers d'euros figurant au compte de résultat, correspond aux effets de cette convention.

- En raison de l'utilisation de reports déficitaires propres à la société LVMH, aucune charge d'impôt n'est constatée dans les comptes de l'exercice 2003.
- Imposition différée :
  - Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2003 à un montant débiteur 2 millions d'euros.
  - Le montant de reports déficitaires non utilisés par l'intégration fiscale dont LVMH est la société mère, s'élève à 347 millions d'euros. Ceux-ci sont indéfiniment reportables.

#### Note 7 : IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en milliers d'euros)	2003
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2002	31 594
– investissements	122
– cessions et mises hors service	(546)
– variation nette des amortissements	(141)
– variation des provisions pour dépréciation	(1 750)
<b>Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2003</b>	<b>29 279</b>

#### Note 8 : PARTICIPATIONS

(en milliers d'euros)	2003	2002	2001
Valeur brute du portefeuille de participations	9 928 183	9 930 888	7 293 869
Provision pour dépréciation	(3 019 625)	(2 590 920)	(1 765 352)
<b>Valeur nette du portefeuille de participations (1)</b>	<b>6 908 558</b>	<b>7 339 968</b>	<b>5 528 517</b>

(1) Voir Tableau des filiales et participations et Inventaire du portefeuille.

#### Note 9 : CRÉANCES RATTACHÉES À DES PARTICIPATIONS

Les créances rattachées à des participations sont constituées d'avances en compte courant ou de prêts à des sociétés apparentées, filiales directes ou indirectes de LVMH. Les avances figurent en actif immobilisé dans la mesure où elles s'inscrivent dans le cadre de conventions de gestion centralisée de trésorerie d'une durée de un an, renouvelables par tacite reconduction.

## Note 10 : AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en milliers d'euros)	2003	2002	2001
– créances sur des entreprises liées	566 338	741 394	708 817
<i>dont : comptes courants d'intégration fiscale</i>	295 097	314 593	89 916
<i>acompte sur dividende à recevoir</i>	–	213 683	–
<i>solde sur quote-part de résultat de SNC à recevoir</i>	133 779	48 677	–
<i>primes payées sur options de change</i>	51 940	64 191	105 742
<i>produits à recevoir d'entreprises liées</i>	26 791	869	20 611
– créances sur l'État	56 264	44 126	161 529
– autres créances	229 064	246 316	372 094
<i>dont primes payées sur options de change</i>	111 546	83 698	145 396
	<b>851 666</b>	<b>1 032 705</b>	<b>1 263 051</b>

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception, en 2003, d'un montant de 38 millions d'euros à échéance supérieure à un an.

## Note 11 : ACTIONS LVMH ET VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

Le solde au 31 décembre 2003 s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette
Titres immobilisés	–	–	–
Plans d'options d'achat	821 641	(1 428)	820 213
Programmes de rachat	8 208	–	8 208
	<b>829 849</b>	<b>(1 428)</b>	<b>828 421</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	Programmes de rachat Nombre	Valeur
Au 1 <sup>er</sup> janvier 2003	16 702 409	716 442	4 550 600	218 284
Achats	3 213 725	118 245	4 475 996	202 709
Cessions	–	–	(8 887 091)	(412 879)
Reclassements	(5 495)	(94)	5 495	94
Levées d'options	(477 347)	(12 952)	–	–
Au 31 décembre 2003	19 433 292	821 641	145 000	8 208

Le résultat dégagé par les cessions s'est élevé à 12 millions d'euros, correspondant à une perte de 16 millions d'euros couverte par la reprise d'une provision constituée sur ces titres à la clôture de l'exercice 2002 pour 28 millions d'euros.

Le détail des valeurs mobilières de placement figure dans le tableau Inventaire du Portefeuille.

#### 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 en devises.

#### Note 14 : CAPITAL ET PRIMES

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 2003, le capital se décompose ainsi :

– Actions à droit de vote double	213 945 124
– Actions à droit de vote simple	256 413 994
– Actions d'auto-contrôle	19 578 292
	<hr/>
<b>Nombre total d'actions</b>	<b>489 937 410</b>

Conformément aux résolutions de l'Assemblée Générale du 15 mai 2003, l'affectation du résultat de l'exercice 2002 a été la suivante :

(en milliers d'euros)

Résultat de l'exercice 2002	23 813
Dotations à la réserve légale	(1)
Report à nouveau au 31 décembre 2002	907 570
	<hr/>
Montant total distribuable	<b>931 383</b>
Dividendes versés	373 851
Report à nouveau après affectation	557 532
	<hr/>
	<b>931 383</b>

Aucun autre mouvement n'est intervenu dans les capitaux propres au cours de l'exercice.

### 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)	2003	2002	2001
– vignobles et autres terrains	18 009	18 009	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>42 558</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, résultant 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)	31 décembre 2002	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2003
Provisions pour dépréciation d'actifs :					
– immobilisations corporelles		1 750	–	–	1 750
– titres de participation	2 590 920	428 705	–	–	3 019 625
– actions LVMH	128 420	1 428	(28 457)	(99 963)	1 428
– autres actifs	3 753	586	–	–	4 339
Provision pour risques et charges :					
– pour risques	192 326	201 713	(2 083)	(16 905)	375 051
– pour charges	4 832	1 838	(294)	–	6 376
<b>Total</b>	<b>2 920 251</b>	<b>636 020</b>	<b>(30 834)</b>	<b>(116 868)</b>	<b>3 408 569</b>
dont : résultat d'exploitation	–	3 588	(294)	(1 818)	–
résultat financier	–	20 046	(28 457)	(5 317)	–
résultat exceptionnel	–	612 386	(2 083)	(109 733)	–
		<b>636 020</b>	<b>(30 834)</b>	<b>(116 868)</b>	

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 par nature et selon leur échéance, avant affectation du résultat, 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)	573 934	7 500	566 434		7 500	–
Autres emprunts obligataires	4 082 798	863 899	2 468 899	750 000	39 037	–
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	545 010	236 362	247 668	60 980	967	–
Emprunts et dettes financières divers	4 280 069	4 280 069	–	–	5 351	3 834 793
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	39 498	39 498	–	–	23 231	–
Dettes fiscales et sociales	35 752	29 546	6 206	–	15 993	–
Autres dettes (dont primes reçues sur options de change 163,5 millions d'euros)	272 908	272 908	–	–	13 394	200 455
<b>Total</b>	<b>9 829 969</b>	<b>5 729 782</b>	<b>3 289 207</b>	<b>810 980</b>	<b>105 473</b>	<b>4 035 248</b>

### Note 18.1 : Titres à durée indéterminée (TDI)

En décembre 1990 et février 1992, LVMH a procédé à l'émission, hors de France, de deux emprunts obligataires sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée aux montants nominaux respectifs de 762 et 229 millions d'euros.

Les conventions d'émission comportaient les caractéristiques suivantes :

- remboursement de droit dans les seuls cas de liquidation judiciaire et dissolution anticipée de LVMH, sauf fusion ou scission;
- paiement du principal subordonné au désintéressement complet des autres créanciers;
- possibilité de différer le paiement des intérêts si certains ratios financiers ne sont pas atteints.

En 1996, un avenant à la convention d'émission des TSDI 1990 a supprimé les deux dernières clauses ci-dessus, transformant ainsi les TSDI en créances chirographaires ordinaires, et conduisant à leur reclassement en dettes financières comme Titres à Durée Indéterminée (TDI).

Les TSDI émis en 1992 ont été reclassés simultanément par application de la clause « pari passu » de leur convention d'émission.

Ces émissions ont fait l'objet de conventions avec des sociétés tierces qui se sont engagées à conserver ou à racheter les titres aux souscripteurs après quinze ans, et ont renoncé en totalité ou quasi-totalité à la perception des intérêts à compter de cette date, moyennant le versement par LVMH concomitamment à l'émission de montants définitifs de respectivement 170 et 57 millions d'euros.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 592 et 172 millions d'euros;
- les sommes versées en rémunération du nominal de l'émission sont enregistrées proportionnellement pour partie en frais financiers et pour partie en amortissement du principal.

Les TDI de 1990 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. Les placements privés sont réalisés depuis mai 2000 dans le cadre d'un programme Euro Medium Term Notes de 5 milliards d'euros, utilisé au 31 décembre 2003 à hauteur de 2,6 milliards d'euros.

(en milliers d'euros)	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Echéances	Nominal au 31 décembre 2003	Intérêts courus après swap	TOTAL
<b>Émissions publiques :</b>						
EUR 750 000 000, 2003 <sup>(1)</sup>	5,00 %	total	2010	750 000	4 704	754 704
EUR 500 000 000, 2001 <sup>(2)</sup>	6,125 %	total	2008	500 000	120	500 120
EUR 850 000 000, 2001 <sup>(3)</sup>	5,375 %	partiel	2004	708 100	17 250	725 350
EUR 600 000 000, 2000 <sup>(4)</sup>	5,75 %	total	2005	600 000	5 562	605 562
EUR 800 000 000, 1999 <sup>(5)</sup>	5,00 %	total	2006	800 000	8 688	808 688
FRF 1 300 000 761, 1998 indexé <sup>(6)</sup>	1,00 %	total	2005	33 135	80	33 215
<b>Placements privés (programme Euro Medium Term Notes) :</b>						
USD 20 000 000, 2003	variable	–	2005	18 553	130	18 683
HKD 200 000 000, 2003	variable	–	2006	23 860	143	24 003
JPY 1 000 000 000, 2003	0,475 %	total	2006	7 280	7	7 287
EUR 306 130 153, 2003	variable	–	2008	306 130	722	306 852
EUR 8 000 000, 2002	variable	–	2004	8 000	20	8 020
EUR 50 000 000, 2002	variable	–	2004	50 000	92	50 092
SGD 125 000 000, 2001	4,00 %	total	2006	61 698	842	62 540
EUR 55 000 000, 2001	variable	–	2006	55 000	95	55 095
JPY 2 000 000 000, 2001	0,65 %	total	2004	18 762	108	18 870
JPY 1 500 000 000, 2001	0,95 %	total	2006	13 672	59	13 731
JPY 1 100 000 000, 2001	variable	–	2006	10 464	57	10 521
JPY 1 000 000 000, 2001	variable	–	2006	9 107	47	9 154
EUR 40 000 000, 2000	variable	–	2004	40 000	235	40 235
EUR 30 000 000, 2000	variable	–	2005	30 000	76	30 076
<b>TOTAL</b>				<b>4 043 761</b>	<b>39 037</b>	<b>4 082 798</b>

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair in fine. L'ensemble des émissions en devises a fait l'objet de swaps les transformant en emprunts en euros. Les swaps de taux mentionnés dans le tableau qui précède sont ceux conclus à l'émission des emprunts obligataires, ce qui n'exclut pas des opérations ultérieures de couverture de taux.

Les émissions obligataires publiques sont détaillées ci-dessous :

- (1) Emprunt 2003 de 750 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00 %, émis à 99,986 % du nominal.
- (2) Emprunt 2001 de 500 millions d'euros, portant intérêt au taux de 6,125 %, émis à 99,363 % du nominal.
- (3) Emprunt 2001 de 850 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,375 %, comportant :

- une tranche de 800 millions d'euros, émise à 99,616 % du nominal,
  - une tranche de 50 millions d'euros, émise à 101,036 % du nominal.
- Cet emprunt a fait l'objet de rachats pour annulation, à hauteur de 141,9 millions d'euros, au cours de l'année 2003.

- (4) Emprunt 2000 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,75 %, comportant :
  - une tranche de 400 millions d'euros, émise à 99,513 % du nominal,
  - une tranche de 150 millions d'euros, émise à 98,563 % du nominal,
  - une tranche de 50 millions d'euros, émise à 98,846 % du nominal.

(5) Emprunt 1999 de 800 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00 %, comportant :

- une tranche de 500 millions d'euros, émise à 99,515 % du nominal,
- une tranche de 200 millions d'euros, émise à 97,395 % du nominal,
- une tranche de 100 millions d'euros, émise à 96,653 % du nominal.

(6) Emprunt indexé de 1998 de FRF 1 300 000 761 émis au pair, sur la base d'un cours de référence de l'action LVMH de 42,33 euros ayant fait l'objet d'un swap le transformant en totalité en un emprunt non indexé à taux variable. 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 1<sup>er</sup> 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 et de 38,2 millions d'euros au cours de l'exercice 2003.

#### Note 18.3 : Emprunts et dettes financières

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 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 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 au 31 décembre 2003 en un encours en devises à hauteur de 1 473,4 millions de francs suisses, 26,7 millions de livres sterling, 2 600 millions de yens japonais et 72,2 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. Instruments de taux d'intérêt

L'ensemble des instruments de taux d'intérêt est, en règle générale, 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 2003 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	118 765	1 397 957	–
Swaps payeurs de taux variable	1 617 822	4 093 997	810 980
Caps	1 277 962	3 139 382	–
Floors	350 000	2 050 000	–

##### 2. Couvertures de taux de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existant au 31 décembre 2003, 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	473 828	(17 853)
– Achats à terme	(17 853)	473 828
– Accumulateurs	155 922	155 922
– Options de change	2 005 088	2 005 088
Opérations pour compte propre sur le plan comptable :		
– Achats à terme	(5 097)	–
Opérations pour compte propre réputées non adossées sur le plan comptable :		
– Ventes à terme	42 206	–

## V. AUTRES INFORMATIONS

### 1. Engagements en matière de pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite.

Ces engagements donnent lieu soit à constitution de provisions, soit à couverture par contrats d'assurance capitalisation sous réserve toutefois d'un engagement net non couvert de 11,6 millions d'euros.

L'essentiel de ces engagements concerne les dirigeants.

### 2. Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 470 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. À 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 donnés

(en milliers d'euros)	au 31 décembre 2003
– Cautions accordées au profit de filiales, ou autres sociétés du groupe	1 094 501
– Engagements de crédit-bail mobilier	–
	<b>1 094 501</b>

### 4. Autres engagements reçus

(en milliers d'euros)	au 31 décembre 2003
– Lignes de crédit confirmées à long terme non tirées	1 585 000
– Lignes de crédit confirmées à court terme non tirées	2 072 000
– Cautions bancaires obtenues	–
	<b>3 657 000</b>

# FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2003

(en milliers d'unités monétaires)

Sociétés	Siège social	Devise	Capital (a)	Capitaux propres autres que le capital (a) (b)	Quote part du capital détenu en pourcentage	Valeur comptable des titres détenus (c)		Prêts 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 2003 (c)
						Brute	Nette					
<b>1. Filiales (&gt; 50 %) :</b>												
Moët Hennessy SNC	Boulogne	EUR	428 730	2 133 808	58,67	1 018 997	1 018 997	–	–	503 922	411 271	–
Moët Hennessy Inter. SA	Boulogne	EUR	151 564	69 113	58,67	74 443	74 443	–	–	–	56 189	–
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35 634	727 021	99,94	821 928	821 928	–	–	884 377	843 452	930 714
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2 621	209 073	99,98	76 447	76 447	1 900	–	737 299	55 827	49 994
SCI 30 avenue Hoche	Boulogne	EUR	30	328	90,00	979	979	–	–	–	328	–
Sofidiv SAS	Boulogne	EUR	4 977 390	(344 380)	100,00	6 666 408	4 632 904	–	–	530	(407 898)	–
LVMH Finance SA	Boulogne	EUR	319 350	(457 031)	99,99	980 499	–	–	–	21	(152 664)	–
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29 416	67 895	99,99	259 163	259 163	–	–	205 656	15 344	8 158
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150 000	(230 720)	100,00	7 564	7 564	–	138 131	578 343	(279 802)	–
LVMH Services LTD	Londres	GBP	3 500	(2 807)	100,00	5 622	–	–	–	2 269	(540)	–
<b>2. Participations (&gt; 10 % et &lt; 50 %)</b>												
GIE LVMH Services	Boulogne	EUR	44 275	(4 358)	20,00	8 855	8 855	–	–	3 086	(4 358)	–
<b>3. Participations (&lt; 10 %)</b>												
Loewe SA	Madrid	EUR	5 328	24 641	5,44	6 692	6 692	8 086	–	75 978	(846)	–
<b>4. Autres participations</b>												
						587	587	–	–			2
<b>Total</b>						<b>9 928 184</b>	<b>6 908 558</b>	<b>9 986</b>	<b>138 131</b>			<b>988 868</b>

(a) en devises, pour les filiales étrangères

(b) avant affectation du résultat de l'exercice

(c) en milliers d'euros

# INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2003

## Titres de participation et autres titres immobilisés

(en milliers d'euros)	% de participation directe	Valeur nette comptable
35 931 661 parts de valeur nominale EUR 7 de <b>Moët Hennessy SNC</b>	58,67	1 018 997
23 742 759 actions de valeur nominale EUR 1,50 de <b>LVMH Fashion Group SA</b>	99,94	821 928
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 SAS</b>	100,00	4 632 904
1 961 043 actions de valeur nominale EUR 15 de <b>Le Bon Marché SA</b>	99,99	259 163
31 482 974 actions de valeur nominale EUR 13,82 de <b>Moët Hennessy International SA</b>	58,67	74 443
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de <b>LVMH KK (Japon)</b>	100,00	7 564
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 (Luxembourg)</b>	32,17	564
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de <b>Loewe SA (Espagne)</b>	5,44	6 692
3 500 000 actions de valeur nominale GBP 1 de <b>LVMH Services LTD (Grande-Bretagne)</b>	100,00	–
21 289 994 actions de valeur nominale EUR 15 de <b>LVMH Finance SA</b>	99,99	–
Autres titres de participation		23
<b>TOTAL</b>		<b>6 908 558</b>

## Valeurs mobilières de placement et créances assimilées

(en milliers d'euros)	Valeur nette comptable	Valeur de marché
Titres de créances négociables	100 000	100 000
Autres	49 651	49 651
<b>TOTAL</b>	<b>149 651</b>	<b>149 651</b>

# RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

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 2003, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

## 1. Opinion sur les comptes annuels

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 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. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduites par la loi de sécurité financière du 1<sup>er</sup> août 2003 et qui s'appliquent pour la première fois à cet exercice, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La valorisation des immobilisations financières est réalisée selon les règles et méthodes décrites dans la note 2.3 de l'annexe « Principes, règles et méthodes comptables ». Nous avons vérifié le bien fondé de ces méthodes et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Ces appréciations s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de l'opinion sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

## 3. 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 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 à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 22 avril 2004  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de DELOITTE

représenté par  
Henri LEJETTÉ

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Gabriel GALET

# RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées. 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.

## CONVENTIONS AUTORISÉES AU COURS DE L'EXERCICE

### **Objet : prestations d'assistance**

Le 5 mars 2003, 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 3 415 000 euros hors taxes par an à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2003.

*Administrateurs concernés* : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire et Pierre Godé, administrateurs de Montaigne Participations et Gestion.

### **Objet : prestations d'assistance**

Le 15 mai 2003, le Conseil d'Administration a autorisé la signature d'une convention d'assistance avec la société Christian Dior Couture.

Aux termes de cette convention cette société apporterait à Fendi son assistance dans les domaines de la gestion et de l'organisation ainsi que du marketing, de la distribution et de la communication. Le contrat stipule une rémunération fixe annuelle hors taxes de 1,5 millions d'euros. Le montant pris en charge au titre de 2003 s'est élevé à 875 000 euros.

Cette convention a été résiliée par anticipation au 31 mars 2004.

*Administrateurs concernés* : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé, administrateurs de Christian Dior Couture.

### **Objet : souscription de parts sociales**

Le 10 septembre 2003, le Conseil d'Administration a autorisé la mise en place avec le concours d'un établissement bancaire de premier rang d'un financement au bénéfice de LVMH, à travers une Société en Nom Collectif dont LVMH et Christian Dior SA sont associées. Dans le cadre de cette opération, cette SNC a souscrit deux emprunts obligataires émis respectivement par LVMH, pour un montant de 306 millions d'euros, et par Christian Dior, chacun des associés s'étant engagé à assurer au prorata de sa participation dans la SNC le dénouement de l'opération à son terme.

*Personnes physiques ou morales concernées par cette convention* :

- Messieurs Bernard Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé, administrateurs de Christian Dior SA,
- Christian Dior SA, société contrôlant LVMH.

**Objet : cession d'un immeuble**

Le 10 septembre 2003, le Conseil d'Administration a autorisé la vente, par la société Louis Vuitton Malletier à une filiale de la société Groupe Arnault SAS, d'un immeuble situé 54 avenue Montaigne à Paris, à travers la cession d'un contrat de crédit bail. La cession a été réalisée pour un prix de 22 millions d'euros hors taxes.

*Administrateurs concernés* : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire et Pierre Godé, Administrateurs communs aux deux sociétés

**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 8<sup>ème</sup>, s'est élevé à 239 690 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 31 214 000 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 143 650 500 euros.  
Le montant de la rémunération au titre de cet engagement s'est élevé en 2003 à 81 539 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 2003.

**Objet : Convention de prestations de services**

La convention de prestations de services avec Christian Dior portant sur une assistance juridique notamment dans le domaine du droit des sociétés et de la gestion du services Titres de Christian Dior moyennant une rémunération forfaitaire annuelle hors taxes de 45 750 euros, s'est poursuivie en 2003.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 22 avril 2004

Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de DELOITTE

représenté par  
Henri LEJETTÉ

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Gabriel GALET

# RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

## I. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

### Première résolution

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport sur la gestion du Groupe présenté par le Conseil d'Administration, ainsi que du rapport des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2003, 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 sur la gestion de la société présenté par le Conseil d'Administration, du rapport du Président du Conseil d'Administration, ainsi que des rapports des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes de la société pour l'exercice clos le 31 décembre 2003, 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 2003 de la façon suivante :

	<b>Euros</b>
• Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2003	768 370 044,10
Dotation à la réserve légale	—
Report à nouveau au 31 décembre 2003	557 531 725,93
<b>Montant distribuable</b>	<b>1 325 901 770,03</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
– dividende complémentaire de EUR 0,835 par action	409 097 737,35
– report à nouveau	909 454 971,53
	<b>1 325 901 770,03</b>

Si cette affectation est retenue, le dividende net ressortira à EUR 0,85 par action ouvrant droit à un avoir fiscal de EUR 0,425.

Un acompte sur dividende de EUR 0,22 par action ayant été distribué le 4 décembre 2003, le solde est de EUR 0,63. Il sera mis en paiement le 19 mai 2004.

Dans le 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, l'Assemblée Générale constate que le montant du dividende par action versé au cours des trois derniers exercices s'est élevé à :

Exercice		Nombre d'actions composant le capital	(en euros)		
			Dividende net	Avoir fiscal	Dividende Global
2002	Acompte	489 937 410	0,22	0,11	0,33
	Solde	489 937 410	0,58	0,29	0,87
	Total		0,80	0,40	1,20
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

#### Cinquième résolution

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de Mademoiselle Delphine ARNAULT en qualité d'Administrateur en remplacement de Monsieur Jean PEYRELEVADE, 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 2004.

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Mademoiselle Delphine ARNAULT vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2007.

#### Sixième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Bernard ARNAULT vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2007.

#### Septième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Jean ARNAULT vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une

durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2007.

#### Huitième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Nicholas CLIVE-WORMS 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 2007.

#### Neuvième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Felix G. ROHATYN 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 2007.

#### Dixième résolution

L'Assemblée Générale décide de nommer Monsieur Patrick HOUËL 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 2007.

#### Onzième résolution

L'Assemblée Générale décide de nommer Monsieur Hubert VÉDRINE 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 2007.

#### Douzième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat de Censeur de Monsieur Kilian HENNESSY vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2007.

#### Treizième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat de Commissaire aux Comptes Titulaire de la société COGERCO-FLIPO SA arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de nommer le cabinet DELOITTE TOUCHE TOHMATSU Audit Commissaire aux Comptes Titulaire pour une durée de six exercices 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 2010.

#### Quatorzième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat de Commissaire aux Comptes Titulaire du cabinet ERNST & YOUNG Audit arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de renouveler ce mandat pour une durée de 6 exercices 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 2010.

#### Quinzième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat de Commissaire aux Comptes Suppléant de Monsieur Denis GRISON arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de renouveler ce mandat pour une durée de 6 exercices 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 2010.

#### Seizième résolution

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat de Commissaire aux Comptes Suppléant de Monsieur Dominique THOUVENIN arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de renouveler ce mandat pour une durée de 6 exercices 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 2010.

#### Dix-septième 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 2004, 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 2003, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

#### Dix-huitième résolution

L'Assemblée Générale, sur proposition du Conseil d'Administration, décide de fixer à EUR 1 147 500 le montant total des jetons de présence qui seront alloués aux membres du Conseil d'Administration pour l'exercice en cours et pour chacun des exercices suivants, jusqu'à nouvel avis.

## II. RÉOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

### Dix-neuvième 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 15 mai 2003, est donnée pour une durée de vingt-quatre mois à compter de ce jour.

### Vingtième résolution

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration décide de modifier les articles 12,16, 19 et 26 des statuts comme suit :

#### Article 12 – Conseil d'Administration

Le point 1, alinéa 1, est ainsi rédigé :

« Sous réserve des dérogations prévues par la Loi, la Société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins et de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales. »

Le point 2, alinéa 1 est ainsi rédigé :

« Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la société. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

#### Article 16 – Pouvoirs du Président du Conseil d'Administration

La première phrase du point 1 est ainsi rédigée :

« Le Président du Conseil d'Administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée Générale. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

#### Article 19 – Conventions soumises à autorisation

Les alinéas 3 et 4 sont ainsi rédigés :

« Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou, si celui-ci est une société, avec la société la contrôlant.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales. Cependant, ces conventions, sauf lorsqu'en raison de leur objet ou de leurs implications financières, elles ne sont significatives pour aucune des parties, sont communiquées par l'intéressé au président du conseil d'administration. La liste et l'objet desdites conventions sont communiqués par le président aux membres du conseil d'administration et aux commissaires aux comptes. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

#### Article 26 – Identification des porteurs de titres

L'expression « au dépositaire central d'instruments financiers » à l'alinéa 1<sup>er</sup> se substitue à l'expression « à l'organisme chargé de la compensation des titres ».

Le reste de l'article demeure inchangé.

# 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.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 22 avril 2004  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de DELOITTE

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET

# ATTESTATION DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton S.A. 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 et 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 contient pas de données prévisionnelles isolées résultant d'un processus d'élaboration structuré.

Les comptes annuels et les comptes consolidés pour les exercices clos les 31 décembre 2003, 2002 et 2001 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.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 22 avril 2004  
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO-FLIPO  
Membre de DELOITTE

ERNST & YOUNG Audit

représenté par  
Henri LEJETTÉ

représenté par  
Gabriel GALET

Informations annexes :

Conformément aux dispositions légales en vigueur, le document de référence inclut :

- Le rapport général (page 189 du document de référence) sur les comptes annuels dans lequel les commissaires aux comptes justifient de leurs appréciations.
- Le rapport sur les comptes consolidés (page 127 du document de référence) dans lequel les commissaires aux comptes justifient également de leurs appréciations.
- Le rapport, établi au titre de l'article L 225-235 du code de commerce (page 70 du document de référence), sur le rapport du président du conseil d'administration portant sur les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

# 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

« À 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 22 avril 2004

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>

	Pages
ATTESTATIONS DES RESPONSABLES	
Attestation des responsables du document de référence	198
Attestation des contrôleurs légaux des comptes	197
Politique d'information	198
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL	
Particularités	157
Capital autorisé non émis	157
Capital potentiel	157
Tableau d'évolution du capital sur 5 ans	159
MARCHÉ DES TITRES	
Tableau d'évolution des cours et volumes sur 18 mois	71
Dividendes	72
CAPITAL ET DROITS DE VOTE	
Répartition actuelle du capital et des droits de vote	159
Évolution de l'actionnariat	160
Pactes d'actionnaires	160
ACTIVITÉS DU GROUPE	
Organisation du groupe	6
Chiffres clés du groupe	76
Informations chiffrées sectorielles	8 à 39 ; 109
Marchés et positionnement concurrentiel de l'émetteur	8 à 39
Politique d'investissements	47
Indicateurs de performance	Néant
ANALYSE DES RISQUES DU GROUPE	
Facteurs de risques	
– Risques de marché	43
– Risques particuliers liés à l'activité	40
– Risques juridiques	40, 60
– Risques industriels et liés à l'environnement	41
Assurances et couverture des risques	42
PATRIMOINE, SITUATION FINANCIÈRE ET RÉSULTATS	
Comptes consolidés et annexes	75
Engagements hors-bilan	117
Honoraires des commissaires aux comptes et des membres de leurs réseaux	139
Comptes sociaux et annexes	169
GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	
Composition et fonctionnement des organes d'administration, de direction, de surveillance	131
Composition et fonctionnement des comités	141 à 145
Dirigeants mandataires sociaux	166
Dix premiers salariés non mandataires sociaux	167
Conventions réglementées	190
ÉVOLUTION RÉCENTE ET PERSPECTIVES	63

(1) En application du règlement 98-01 de la COB.



Le présent document qui constitue un document de référence, a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 10 Mai 2004 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 l'Autorité des Marchés Financiers

