

LVMH

MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

EXERCICE 2004

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE

| Le groupe LVMH | PAGE | | PAGE |
|--|-------------|--|-------------|
| Historique | 3 | • Liste des sociétés consolidées | 119 |
| Organigramme simplifié | 4 | • Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés | 124 |
| Les activités du Groupe : | | Mise en œuvre des normes IFRS : | |
| • Vins et Spiritueux | 8 | • Première application des principes comptables IFRS | 126 |
| • Mode et Maroquinerie | 13 | • Effets des IFRS sur les principes comptables suivis par le Groupe | 127 |
| • Parfums et Cosmétiques | 17 | • Tableaux de rapprochement des comptes en normes françaises et IFRS | 133 |
| • Montres et Joaillerie | 22 | • Notes de commentaires sur les tableaux de rapprochement des comptes en normes françaises et IFRS | 137 |
| • Distribution sélective | 24 | • Effets des IFRS sur le tableau de variation de trésorerie | 142 |
| • Autres activités | 27 | • Rapport des Commissaires aux Comptes sur les états de rapprochement IFRS | 144 |
| Rapport du Conseil d'Administration sur la gestion du Groupe : | | | |
| • Commentaires sur l'activité | 30 | | |
| • Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance | 42 | | |
| • Éléments de politique financière | 45 | | |
| • Investissements opérationnels | 49 | | |
| • Données sociales | 50 | | |
| • Conséquences de l'activité sur l'environnement | 54 | | |
| • Principaux établissements et propriétés foncières | 62 | | |
| • Faits exceptionnels et litiges | 64 | | |
| • Événements postérieurs à la clôture | 65 | | |
| • Évolutions récentes et perspectives | 66 | | |
| Rapport du Président du Conseil d'Administration sur le contrôle interne au sein du Groupe : | | | |
| • Préparation et organisation des travaux du Conseil d'Administration | 68 | | |
| • Procédures de contrôle interne mises en place | 69 | | |
| • Rapport des Commissaires aux Comptes sur le rapport du Président du Conseil d'Administration | 74 | | |
| Comptes consolidés : | | | |
| • Chiffres clés | 76 | | |
| • États financiers consolidés | 77 | | |
| • Annexe aux états financiers consolidés | 82 | | |
| | | La société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA | |
| | | Organes de direction et de contrôle : | |
| | | • Composition des organes de direction et de contrôle | 147 |
| | | • Principaux titres, fonctions et mandats des administrateurs | 148 |
| | | • Commissaires aux Comptes | 154 |
| | | Gouvernement d'entreprise : | |
| | | • Chartre du Conseil d'Administration | 157 |
| | | • Règlement intérieur du Comité d'Audit de la Performance | 159 |
| | | • Règlement intérieur du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations | 160 |
| | | • Statuts | 161 |
| | | La société et son capital ; Bourse : | |
| | | • Informations de caractère général concernant la société | 172 |

(suite page suivante)

| | PAGE |
|--|-------------|
| • Informations de caractère général concernant le capital | 174 |
| • Répartition du capital et des droits de vote | 177 |
| • Bourse | 180 |
| Rapport du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale : | |
| • Commentaires sur les comptes de la société | 184 |
| • Affectation du résultat de l'exercice | 186 |
| • Actionnariat – Capital social – Plans d'options | 187 |
| • Autorisations à caractère financier | 190 |
| • Questions administratives | 191 |
| • Informations relatives à la prise en compte des conséquences sociales et environnementales de l'activité | 192 |
| • Informations relatives aux autorisations données au Conseil d'Administration d'augmenter le capital social | 192 |
| Comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton S.A. : | |
| • Bilan, compte de résultat, tableau de variation de trésorerie | 194 |
| • Résultats de la société au cours des cinq derniers exercices | 198 |
| • Annexe | 199 |
| • Filiales et participations – Inventaire du portefeuille | 212 |
| • Rapports général et spécial des Commissaires aux Comptes | 214 |
| Résolutions soumises à l'approbation de l'Assemblée Générale : | |
| • A caractère ordinaire | 218 |
| • A caractère extraordinaire | 220 |
| • Rapports des Commissaires aux Comptes sur les projets de résolutions | 226 |
| Avis des Commissaires aux Comptes et de la société sur le document de référence | 232 |
| Table de concordance | 235 |

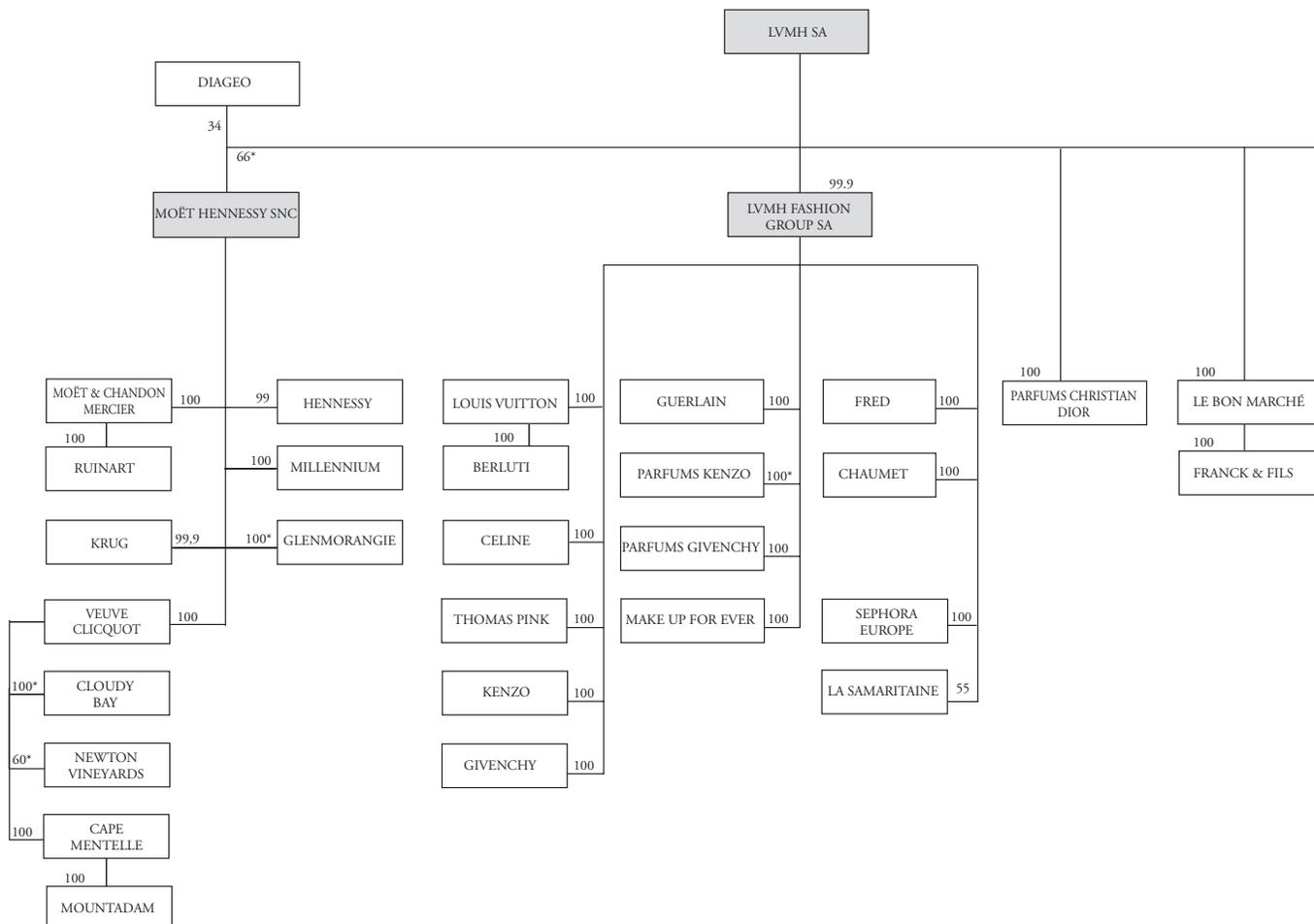
HISTORIQUE

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 :

| | | |
|------------------------|-------------------|------------------------|
| XVIème siècle | 1593 | Château d'Yquem |
| XVIIIème siècle | 1729 | Ruinart |
| | 1743 | Moët & Chandon |
| | 1765 | Hennessy |
| | 1772 | Veuve Clicquot |
| XIXème siècle | 1780 | Chaumet |
| | 1828 | Guerlain |
| | 1843 | Krug |
| | 1846 | Loewe |
| | 1852 | Le Bon Marché |
| | 1854 | Louis Vuitton |
| | 1858 | Mercier |
| | 1860 | TAG Heuer |
| | 1865 | Zenith |
| | 1870 | La Samaritaine |
| XXème siècle | 1895 | Berluti |
| | 1916 | Acqua di Parma |
| | 1925 | Fendi |
| | | Omas |
| | 1936 | Fred |
| | 1942 | Rossimoda |
| | 1945 | Celine |
| | 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 | Parfums Kenzo | |
| 1989 | Make Up For Ever | |
| 1991 | Fresh | |
| | StefanoBi | |
| 1994 | Millennium | |
| 1995 | BeneFit Cosmetics | |
| 1997 | Chandon Estates | |
| XXIème siècle | 2001 | De Beers LV |

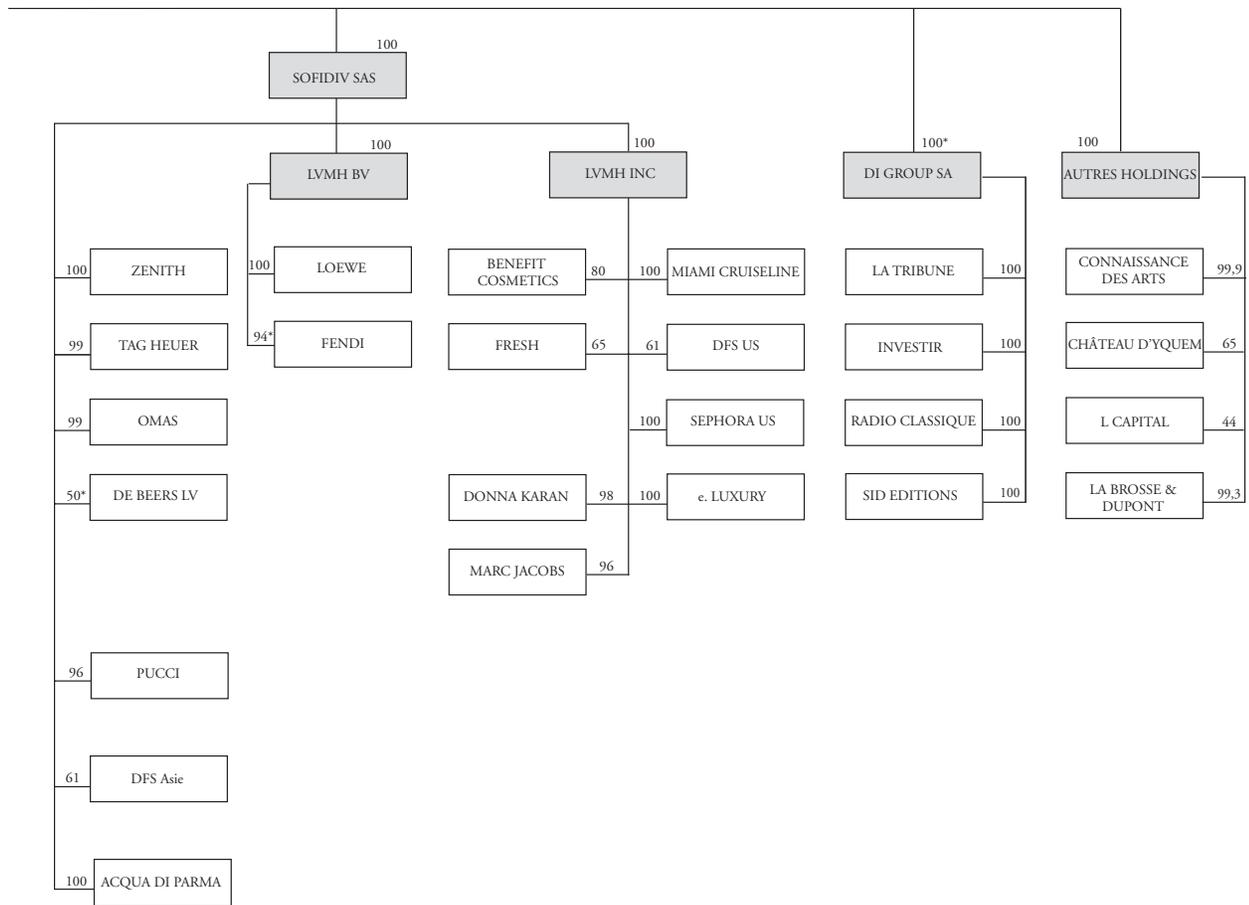
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2005



 Sociétés opérationnelles

 Sociétés holdings

*Détention directe et/ou indirecte.



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

LE GROUPE LVMH

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

1. VINS ET SPIRITUEUX

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

En 2004, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a réalisé un chiffre d'affaires de 2 280 millions d'euros, soit 18 % du chiffre d'affaires du groupe LVMH.

1.1 Champagne et vins

En 2004, le chiffre d'affaires de l'activité Champagne et Vins s'est élevé à 1 422 millions d'euros (dont 88 % pour le champagne), soit 62 % du chiffre d'affaires Vins et Spiritueux du Groupe.

1.1.1 Les marques de champagne et vins

LVMH produit et commercialise une gamme de marques très étendue de vins de Champagne de haute qualité. En dehors de la Champagne, le Groupe élabore et distribue un ensemble de vins pétillants et tranquilles haut de gamme issus de régions viticoles renommées : France, Californie, Argentine, Brésil, Australie et Nouvelle-Zélande.

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 **MountAdam** en Australie, **Cloudy Bay** en Nouvelle-Zélande, ainsi que **Newton** en Californie.

Château d'Yquem, qui a rejoint LVMH en 1999, est le plus prestigieux des vins de Sauternes. Il doit sa réputation mondiale d'excellence à son vignoble de 188 hectares implanté sur une mosaïque de sols exceptionnels et aux soins minutieux apportés à son élaboration tout au long de l'année.

1.1.2 Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone délimitée classée en A.O.C., qui s'étend sur les 34 500 hectares légalement utilisables pour sa production. En 2004, 31 600 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 Champagne mais selon les techniques de vinification du champagne est qualifié de « méthode champenoise ».

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

Les conditions climatiques influencent très sensiblement la récolte du raisin d'année en année. L'élaboration du champagne requiert en outre un vieillissement en cave d'environ deux années et davantage pour les cuvées « premium », qui sont les cuvées vendues au-delà de 110 % du prix moyen de vente. Pour se prémunir des irrégularités de vendanges et gérer les fluctuations de la demande, mais aussi pour maintenir une qualité constante au fil des années, les maisons de champagne de LVMH ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock des vins de réserve. Une vendange de faible volume pouvant affecter ses ventes pendant deux ou trois ans, voire plus, LVMH maintient en permanence des stocks de champagne importants dans ses caves. Au 31 décembre 2004, ces stocks représentaient environ 225 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 4 années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 10 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée.

1.1.3 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 567 hectares de champagne en production, qui fournissent environ 25 % des besoins annuels. Au delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vigneronnes et de coopératives, sur la base d'accords pluriannuels ; le premier fournisseur de raisins et de vins représente moins de 15 % du total des approvisionnements des maisons du Groupe. Avant 1996, un prix indicatif était publié par l'interprofession ; s'y ajoutaient des primes spécifiques négociées individuellement entre les vigneronnes et les négociants. 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. Un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2004 entre les Maisons et les vignerons de la Champagne, portant sur les 5 vendanges 2004 à 2008. Cet accord fixe de nouvelles règles du jeu, afin de mieux sécuriser le paiement des raisins aux vignerons et de maîtriser au mieux la spéculation sur les prix. Au deuxième semestre 2004, les Maisons de Champagne de LVMH ont négocié le renouvellement de leurs contrats d'approvisionnement à des conditions conformes à ce nouvel accord interprofessionnel. Le prix complet du raisin à la vendange 2004 s'est établi entre 4,10 et 5 euros suivant les crus, en hausse de 3 à 4 % par rapport à 2003.

La récolte 2004 en Champagne a été exceptionnelle en volume et en qualité. 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 début 2005 à la moitié 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 de petite récolte.

Les matières sèches, c'est-à-dire les bouteilles, bouchons, et tous autres éléments constituant le contenant ou l'emballage sont acquis auprès de fournisseurs hors Groupe.

Les Maisons de Champagne ont recours à des sous-traitants pour des opérations de manipulation ou entreposage des bouteilles ; ces opérations de sous-traitance représentent pour l'année 2004, un montant de 20 millions d'euros.

1.2 Cognac et spiritueux

En 2004, le chiffre d'affaires de l'activité Cognac et Spiritueux s'est élevé à 858 millions d'euros, soit 38 % du chiffre d'affaires total Vins et Spiritueux du Groupe.

1.2.1 Les marques de cognac et spiritueux

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

En 2002, LVMH a acquis 40 % de Millennium, producteur et distributeur de vodka haut de gamme sous les marques **Belvedere** et **Chopin** ; à fin 2004, LVMH en détient 70 %. Millennium a été créée en 1994 avec pour objet d'apporter au marché américain une vodka de luxe pour connaisseurs ; en 1996, Belvedere et Chopin sont introduites sur ce marché. La distillerie Polmos Zyrardow située en Pologne, et qui élabore la vodka de luxe Belvedere, a été créée en 1910 et acquise par Millennium en 2001 à l'occasion de sa privatisation. En 1999, la société décide de développer des vodkas aromatisées.

1.2.2 Mode d'élaboration du cognac

La région délimitée de Cognac se situe autour du bassin de la Charente. Le vignoble, qui s'étend actuellement sur environ 75 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie. En 2004, 73 500 hectares étaient en production.

La région est découpée en six crus ayant chacun leurs qualités propres : la Grande Champagne, la Petite Champagne, les Borderies, les Fins Bois, les Bons Bois et les Bois Ordinaires. Hennessy sélectionne ses eaux-de-vie parmi les quatre premiers crus, où la qualité des vins est la plus adaptée à l'élaboration de ses cognacs.

La distillation charentaise présente la particularité de se dérouler en deux temps appelés première et seconde chauffe. Les eaux-de-vie ainsi obtenues vieillissent en barriques de chêne. Une eau-de-vie qui a atteint sa plénitude ne constitue pas pour autant un grand cognac. Le cognac résulte de l'assemblage progressif d'eaux-de-vie sélectionnées en fonction de leurs crus, de leurs origines et de leur âge.

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

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 2004, 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 2004 comme en 2003, Hennessy a poursuivi la maîtrise de ses engagements d'achat sur la récolte de l'année et la diversification de ses partenariats, pour préparer sa croissance future dans les différentes qualités.

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

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

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

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

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

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

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Millennium représente moins de 15 % des approvisionnements de la société.

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 2004, 35 % des ventes de champagne et 70 % 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 MHD en France et Schieffelin & Somerset aux États-Unis. Ce réseau commun répond à l'objectif de renforcer les positions des deux groupes,

de mieux contrôler leur distribution, d'améliorer le service rendu à leur clientèle et d'accroître leur rentabilité par un partage des coûts de distribution.

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

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

Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy. La participation que détenait LVMH dans Diageo a été cédée en 2001.

1.4 Faits marquants de l'exercice 2004

La croissance organique du groupe Vins et Spiritueux s'est élevée à 11 % en 2004. La hausse des volumes s'établit à 6 % pour le champagne, à périmètre constant, comme pour le cognac. Grâce à la forte demande dont bénéficient ses marques et aux hausses de prix mises en place en début d'année, le groupe d'activités a vu son chiffre d'affaires progresser de 8 % et a consolidé ses parts de marché en volume et en valeur dans les segments premium des marchés clés. Le résultat opérationnel est en hausse malgré la conjoncture monétaire défavorable.

Le renforcement du réseau de distribution de Moët Hennessy s'est poursuivi avec la création d'une filiale en Autriche et le développement d'une nouvelle entité, Moët Hennessy Wine Estates, qui rassemble désormais des marques de références internationales dans le monde du vin. Aux États-Unis, le réseau est désormais structuré sous la bannière de Schieffelin & Co, filiale totalement dédiée aux marques de Moët Hennessy, et les forces de vente ont été regroupées début 2005 au sein de Moët Hennessy USA.

Moët Hennessy a porté à 70 % sa participation dans le capital de Millennium, dont le produit phare est la vodka Belvedere, et a acquis début 2005 Glenmorangie dont le célèbre whisky pur malt est l'un des leaders de son marché ; Glenmorangie possède en Ecosse deux autres distilleries de très grande qualité, Glen Moray et Ardbeg.

Les vins du « Nouveau Monde » sont regroupés au sein d'une nouvelle entité, Moët Hennessy Wine Estates, qui ambitionne de devenir un portefeuille de référence internationale de marques de vins « premium ».

1.4.1 Champagne et vins

Après une récolte 2003 faible en raison de la canicule mais de bonne qualité, la vendange 2004 en Champagne a été très généreuse, tant en quantité qu'en qualité et se prêtera à l'élaboration de grands vins. Elle conforte les prévisions de croissance de la région et permet d'envisager sereinement les prochaines années.

Moët & Chandon

En 2004 la marque Moët & Chandon a réaffirmé sa position de leader mondial du champagne et a poursuivi dans tous les pays sa stratégie de création de valeur qui s'exprime par la mise en avant de ses qualités supérieures, comme en témoigne en particulier le succès international du *Moët Rosé*, et par le renforcement de sa communication. Numéro un aux États-Unis et au Royaume Uni, la maison a continué à jouer un rôle de pionnier en récoltant de francs succès commerciaux, notamment au Japon et dans le reste de l'Asie.

Le coffret *Moët Flower*, contenant une bouteille de *Brut Impérial* accompagnée de flûtes d'un nouveau type, se prêtant à une consommation originale et nomade, a été lancé avec succès fin 2004 en France. Fort de cette expérience réussie, il sera lancé mondialement en 2005, le premier jour du printemps.

Moët & Chandon a renforcé ses liens avec l'univers de la mode avec des partenariats comme les « Semaines de la mode », le « Young Designer Debut » à Berlin, l'« Asian Fashion Tribute » à Hong-Kong et l'ouverture d'un « Moët Bar » à Selfridge's, un des principaux lieux où se lancent les modes à Londres.

Dom Pérignon

En 2004, Dom Pérignon, véritable icône des amateurs de champagne, a renforcé sa position et son statut de marque de luxe.

Le lancement du Millésime 1996, qui a obtenu d'excellentes notes œnologiques de la part des experts internationaux, a récolté un succès éclatant. Il a été présenté à New York, Tokyo, Londres et Paris lors d'opérations de relations publiques conçues autour de son caractère lumineux. Des écrans de grand luxe célébrant ce millésime exceptionnel ont été créés par l'architecte américain Richard Meier et l'artiste japonaise Eriko Horiki. Ces séries limitées, reprises par l'ensemble de la presse mondiale, ont provoqué un véritable engouement chez les collectionneurs.

L'engouement pour les millésimes anciens de la collection *Cénothèque* (vieillis dans les caves de Dom Pérignon pendant

au moins 12 ans avant dégorgement) et pour le *Dom Pérignon Rosé* s'est confirmé.

Dom Pérignon a poursuivi le développement de son réseau de prescripteurs – restaurants gastronomiques, hôtels de luxe, cavistes et night clubs premiums – qui garantit à la marque une véritable vitrine mondiale pour présenter aux consommateurs ses vins exceptionnels dans des conditions optimales.

Mercier

Autour des valeurs de convivialité, de générosité et d'authenticité, Mercier poursuit son développement dans le circuit traditionnel de la restauration grâce à son programme « *Les Lieux de Toujours* ».

La cuvée Brut Mercier a été choisie en 2004 par la famille Royale de Danemark pour célébrer les festivités du mariage du Prince Héritier.

Ruinart

Ruinart, la plus ancienne maison de Champagne, a célébré en 2004 son 275^{ème} anniversaire. Elle a poursuivi sa croissance avec un record historique sur le marché français et a renforcé sa place sur les principaux marchés internationaux en enregistrant de nombreuses progressions à deux chiffres.

Accordant la priorité aux qualités premium, la maison a continué de développer sa gamme de prestige. Outre un nouveau flaconnage demi bouteille pour la cuvée *Ruinart Blanc de Blancs*, Ruinart a lancé le millésime *Dom Ruinart 1996* qui a été reconnu par l'ensemble des journalistes et professionnels du monde du vin comme un produit d'exception.

L'engagement de la Maison Ruinart auprès de la Sommellerie française et internationale s'est poursuivi avec l'attribution du 9^{ème} Trophée Ruinart du Meilleur Sommelier d'Europe.

Veuve Clicquot

Veuve Clicquot Ponsardin, deuxième Maison de Champagne, a atteint en 2004 un nouveau record de ventes, ses performances ont été particulièrement remarquables aux États-Unis, en Asie-Pacifique et au Japon.

Veuve Clicquot a poursuivi le développement de sa cuvée de prestige *La Grande Dame* en développant un partenariat avec la maison Emilio Pucci. Pour le lancement du millésime 1996, le couturier italien a habillé une série limitée à 9000 exemplaires de l'édition spéciale « Emilio Pucci for La Grande Dame ». L'événement de prestige, organisé au sein même du Palais Pucci à Florence, a suscité l'intérêt de la presse internationale pour ce partenariat « glamour et luxe ».

La *Clicquot Ice Jacket* – étui-fraîcheur élégant et novateur aux couleurs de la marque – a été lancée mondialement en distribution sélective. Récompensée par des prestigieux prix de design, elle a reçu un accueil favorable immédiat de la part des consommateurs.

Le lancement au Japon en avant-première exclusive mondiale de la version « Rosé Label » du célèbre assemblage Carte Jaune a connu un grand succès.

La fusion des réseaux de ventes de Veuve Clicquot au sein de celui de Moët Hennessy s'est poursuivie avec des pays majeurs comme l'Italie, le Royaume Uni et la Belgique.

Krug

Les excellents résultats de Krug en 2004 ont confirmé, cette année encore, le bien fondé de sa stratégie de création de valeur : nouvel habillage plus élégant et raffiné, accessoires de service et de mise en scène, nouvelle campagne de communication internationale luxueuse et éclatante.

Les ventes du millésime Krug 1990 ont rapidement dépassé les prévisions les plus optimistes dès sa sortie au printemps 2004. Ce millésime d'exception couronne la première trilogie de trois grands millésimes consécutifs dans l'histoire de la Maison.

Les avancées de Krug ont été particulièrement significatives au Japon, aux États-Unis et en Asie. La distribution en Angleterre a été reprise par le réseau Moët Hennessy. Krug a également progressé dans les canaux traditionnels et stratégiques de la restauration en France et en Italie.

Moët Hennessy Wine Estates

Les domaines viticoles de Moët Hennessy dans le « Nouveau Monde » ont été regroupés en 2004 au sein de Moët Hennessy Wine Estates. Cette nouvelle entité représente aujourd'hui une collection unique de vins tranquilles et effervescents hauts de gamme, issus des meilleurs terroirs de trois continents : Domaine Chandon California et Newton pour l'Amérique du Nord ; Bodegas Chandon et Terrazas de los Andes (Argentine), ainsi que Chandon do Brasil pour l'Amérique du Sud ; Domaine Chandon Australia, Cape Mentelle et Mount Adam en Australie, ainsi que Cloudy Bay en Nouvelle Zélande pour la région Pacifique.

Les marques de vins tranquilles – Terrazas de los Andes, Green Point, Cape Mentelle, Cloudy Bay – ont connu une croissance soutenue sur leur marché local et sur les marchés internationaux. Les vins effervescents commercialisés sous la marque Chandon ont enregistré des fortes croissances sur leur marché local où ils ont consolidé leur position de leader de la catégorie « super premium ».

Château d'Yquem

La commercialisation en 2004 du primeur Yquem 2003 a connu un véritable succès. Outre son primeur, Château d'Yquem a mis en vente en fin d'année le millésime 1999. Complet et d'un grand classicisme, il peut être dégusté dès aujourd'hui ; l'accueil qui lui a été réservé par le négoce de la place de Bordeaux et les marchés a été excellent.

Les vendanges du millésime 2004 à Yquem ont nécessité pas moins de vingt cinq jours de travail étalé sur huit semaines ; la complexité aromatique qui en résulte conduira à un millésime de grande qualité.

1.4.2 Cognac et spiritueux

La région de Cognac

L'augmentation de la QNV (Quantité Normalement Vinifiée) de 6 à 7 hl d'alcool pur par hectare pour la récolte 2003 a permis un accroissement de la distillation de 15,6 % par rapport à 2002. La distillation de 452 500 hl/AP se situe toujours cependant en dessous des sorties totales de la région. Pour la récolte 2004, l'interprofession a décidé de remonter la QNV à 7,6 hl d'alcool pur par hectare. Le stock régional est en légère diminution. Celui d'Hennessy reste adapté au profil de ses ventes.

Le vignoble de la région délimitée de Cognac, avec environ 73 500 hectares en production, reste potentiellement trop important par rapport aux sorties actuelles de la région pour apporter un revenu par hectare suffisant aux viticulteurs. Une restructuration semble donc toujours indispensable pour atteindre le bon équilibre économique des exploitations.

Hennessy

Avec une nouvelle croissance de 6 % de ses ventes en volume en 2004, Hennessy demeure le leader mondial incontesté du cognac.

En Asie, où sa présence historique lui confère une vraie légitimité, Hennessy accélère sa croissance sur les marchés les plus prometteurs comme la Chine.

Hennessy X.O poursuit sa progression au sein de la catégorie des spiritueux premium sur l'ensemble de la région Asie. Le *V.S.O.P Privilège*, qui bénéficie aujourd'hui d'un tout nouveau packaging, enregistre une forte croissance, particulièrement sur les marchés chinois et taiwanais.

Avec la Gamme Prestige, composée de *Private Reserve*, *Paradis Extra* et *Richard Hennessy*, Hennessy cultive sa différence de marque de luxe.

Les États-Unis, où la marque Hennessy est au premier rang en volume et en valeur de la catégorie cognac, demeurent le premier marché contributeur de la maison. Hennessy y

représente la référence de la sophistication urbaine multi-culturelle. Les ventes de *Hennessy V.S* ont poursuivi leur progression régulière grâce à la forte notoriété de la marque au sein de la communauté afro-américaine et à l'attrait plus récent qu'elle suscite auprès des consommateurs hispaniques. Les ventes de *Hennessy V.S.O.P* ont connu une progression très rapide grâce à la stratégie multi-ethnique de la marque. La puissance du réseau de distribution et l'efficacité de la présence publicitaire d'Hennessy ont été des éléments décisifs dans cette croissance.

Au Japon, dans un marché globalement en baisse pour les spiritueux bruns, Hennessy renforce la mise en œuvre de sa nouvelle stratégie ; cette stratégie de valeur, axée sur les qualités supérieures, commence à porter ses fruits. En 2004, les produits *Hennessy X.O* et *Paradis Extra* enregistrent sur ce marché des croissances à deux chiffres.

La Russie est demeurée le principal marché de croissance en Europe. La marque, grâce à la qualité de ses investissements publi-promotionnels, y bénéficie d'une forte notoriété qui se traduit par une forte progression des ventes.

En Irlande, son bastion historique, la marque a maintenu son niveau élevé de part de marché pour le *Hennessy V.S*.

Hennessy Fine de Cognac, lancé au cours de ces dernières années, s'impose progressivement comme le fer de lance de la marque sur les marchés traditionnels que sont l'Angleterre, l'Allemagne et la France.

Belvedere et Chopin

Fortes de six siècles de tradition et de savoir-faire, les vodkas ultra premium Belvedere et Chopin sont positionnées sur le haut de gamme dans un marché américain en croissance et viennent enrichir la gamme des spiritueux de LVMH.

Avec son lancement réussi des vodkas parfumées élaborées à partir d'un processus naturel de macération, Belvedere a illustré sa capacité d'innovation. Appréciables par les amateurs, ces vodkas ne sont disponibles que dans les points de vente de prestige, notamment dans les restaurants « tendance » aux États-Unis.

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Celine, Kenzo, Marc Jacobs, la Maison de couture Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda, StefanoBi, ainsi que le site internet e-Luxury composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis emploie plus de 17 000 personnes et dispose de 896 magasins dans le monde. Tout en respectant l'identité et la stratégie des marques qu'il rassemble, le groupe d'activités met à leur disposition une infrastructure puissante et des ressources communes. 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 assoier et affirmer leur image.

En 2004, le groupe d'activités Mode et Maroquinerie a réalisé un chiffre d'affaires de 4 362 millions d'euros, soit 35 % du chiffre d'affaires de LVMH.

2.1 Les marques du groupe mode et maroquinerie

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

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

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

- la ligne Monogram, toile historique créée en 1896, également déclinée en Monogram vernis, mini, satin, glacé, mat ;
- la ligne Cuir Epi, proposée en huit couleurs ;
- la ligne Damier ;
- la ligne Taïga, pour homme, proposée en quatre couleurs.

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

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

Fendi, fondée à Rome en 1925, est l'une des marques phares de la mode italienne. 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. 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.

La société **Christian Lacroix** a été cédée en janvier 2005.

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

2.2 La création

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

LVMH considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons de mode un grand nombre de créateurs au talent reconnu mondialement : Marc Jacobs crée depuis 1998 les collections de prêt-à-porter de Louis Vuitton, supervise la création des souliers et réinterprète avec succès les grands classiques de la maison en maroquinerie. Roberto Menichetti crée les collections de Celine depuis 2004. Le jeune créateur Riccardo Tisci a été nommé début 2005 directeur artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy Femme. 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. Christian Lacroix s'est vu confier en 2002 la direction artistique des collections de prêt-à-porter et d'accessoires d'Emilio Pucci. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti.

2.3 La distribution

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

Pour répondre à ces objectifs, LVMH s'est doté du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de mode et maroquinerie. Ce réseau comprend 896 magasins au 31 décembre 2004, dont 340 pour Louis Vuitton.

2.4 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Les 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 2004 avec notamment la rénovation et l'agrandissement de son atelier historique d'Asnières en région parisienne.

Fendi et Loewe disposent également d'ateliers de maroquinerie dans leur pays d'origine et en Italie pour Celine, qui ne couvrent qu'une part de leurs besoins de production. De façon générale, la sous-traitance à laquelle a recours le groupe d'activités est diversifiée en termes de nombre de sous-traitants, et située pour une large part dans le pays d'origine de la marque, France, Italie et Espagne, 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 de production représente en 2004 un montant de 450 millions d'euros, soit 36 % du coût des ventes.

Louis Vuitton Malletier dépend de fournisseurs extérieurs pour la majorité des cuirs et matières utilisées dans la fabrication de ses produits. Bien qu'une partie significative des matières premières soit achetée auprès d'un nombre assez faible de fournisseurs, Louis Vuitton considère que ces fournitures pourraient le cas échéant être obtenues auprès d'autres sources. En 2004, des équilibres ont d'ailleurs permis de limiter la dépendance vis-à-vis des fournisseurs. Après une diversification lancée en 1998 vers la Norvège et l'Espagne, le portefeuille des fournisseurs s'est élargi à l'Italie en 2000. Chez Louis Vuitton, le premier fournisseur de cuirs et peaux représente 16 % du total des approvisionnements de ces produits.

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

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

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

2.5 Faits marquants de l'exercice 2004

Le groupe Mode et Maroquinerie réalise en 2004 une croissance organique de 10 %, améliore de nouveau son résultat opérationnel et améliore ses positions.

Louis Vuitton poursuit sa forte croissance sur le marché américain et confirme sa dynamique en Asie. La première marque de luxe mondiale réalise une nouvelle année record.

Celine, Marc Jacobs, Pucci et Berluti accentuent leur progression avec un développement particulièrement notable en Asie.

Avec une créativité renforcée et une distribution en constante amélioration, Fendi et Donna Karan commencent à recueillir les fruits de leur stratégie de repositionnement.

Les nouveaux créateurs, Antonio Marras pour Kenzo et Oswald Boateng pour Givenchy Homme, présentent avec grand succès leurs premières collections. En février 2005, Riccardo Tisci est nommé Directeur Artistique pour Givenchy Femme.

Louis Vuitton

En 2004, Louis Vuitton enregistre une croissance organique à deux chiffres. La marque phare du groupe d'activités continue de réaliser des performances exceptionnelles en Amérique du Nord, de même le développement en Asie est tout aussi remarquable, notamment en Grande Chine où la marque affirme fortement sa présence avec 28 magasins contrôlés au 31 décembre 2004. La croissance des ventes s'accompagne toujours d'une rentabilité très élevée due à la qualité des produits de Louis Vuitton et à la réactivité de l'organisation de l'entreprise.

Avec 23 ouvertures nettes réalisées sur tous les continents, en particulier les nouvelles implantations ou les rénovations des « global stores » de New York et Shanghai, et des magasins de Milan (Galleria Vittorio Emanuele), Beverly Hills (Rodeo Drive), Cancun, Taipei (Taipei 101), Osaka (Umeda), Louis Vuitton a porté à 340 magasins la taille de son réseau de distribution. La marque s'est également implantée en Afrique du Sud, ouvrant son premier magasin à Johannesburg.

Le 150^{ème} anniversaire de Louis Vuitton a constitué l'occasion de renforcer sa présence mondiale avec des événements tout au long de l'année. Paris, New York, Shanghai, entre autres grandes villes, ont été le théâtre de ces événements.

Les créations de maroquinerie de Marc Jacobs suscitent l'engouement de la clientèle. *Monogram Multicolore*, *Epi souple* et *Suhali* confirment leurs excellentes performances.

2004 a vu le lancement des sacs *Theda* et *Leonor*, de la collection *Monogram Multipoches*, de la ligne *Damier Géant* et la création de nouvelles couleurs, Myrtille pour le cuir *Epi* et Grizzli pour la ligne *Taiga*. La *Toile Trianon*, créée en 1858 par Louis Vuitton, a été rééditée. *Emprise*, la première collection de joaillerie de Louis Vuitton inaugurant un nouveau métier, a été lancée en septembre ; la réussite des montres *Tambour*, qui ont permis à la marque de bâtir sa crédibilité horlogère, a donné lieu au lancement de la montre féminine *Lovely Pink* qui connaît un succès mondial.

La société a rénové entièrement son site historique d'Asnières. Après un an de réhabilitation, maroquiniers et malletiers, qui avaient occupé un local provisoire pendant la durée des travaux, ont repris possession le 4 janvier 2005 d'un atelier plus grand, plus moderne mais fidèle à son architecture d'origine. Maroquinerie, souliers, horlogerie : Louis Vuitton dispose au total de 13 ateliers, témoins d'un savoir-faire qui ne cesse de s'enrichir.

Fendi

Recueillant les fruits de son repositionnement commercial et du développement de ses boutiques en propre, Fendi a enregistré en 2004 une forte croissance de ses ventes. La marque dispose au 31 décembre 2004 d'un réseau de 118 magasins dont la productivité et la rentabilité augmentent grâce aux ouvertures les plus récentes.

Les lignes de maroquinerie traditionnelles de Fendi, Selleria, double F, restent les piliers de l'offre de la marque. Fendi a développé son offre en 2004 en lançant avec succès trois nouvelles lignes, *Vanity*, *Compilation* et *Posh*, et a conclu un accord au plan mondial pour les lunettes.

Donna Karan

Donna Karan a fêté ses vingt ans en 2004 et a réalisé une année très encourageante grâce à l'amélioration de sa distribution et aux efforts consacrés au développement de ses produits en cohérence avec son territoire d'expression, un style de vie très contemporain symbolisé par la ville de New York où elle puise ses racines et son inspiration. Dans ses points de vente détenus en propre, la marque enregistre, à magasins comparables, une croissance des ventes à deux chiffres.

Le recrutement de nouveaux talents créatifs a permis de lancer à l'automne une collection d'accessoires qui a été accueillie avec enthousiasme. Le sac *Hudson* en particulier, a remporté un grand succès dans la presse et auprès de la clientèle.

La marque a également développé ses activités avec le lancement d'un nouveau parfum « *Be Delicious* » de DKNY, et un accord conclu avec Luxottica dans le domaine des lunettes.

Loewe

Loewe poursuit sa stratégie de renouvellement de son offre produits, capitalisant sur son savoir-faire exceptionnel dans le travail du cuir.

Le succès de ses collections de maroquinerie au style très contemporain, parmi lesquelles *Senda* et *Amazona*, et l'ouverture de nouvelles boutiques, notamment à Osaka, Taipei, Séoul, et Shanghai, ont entraîné une croissance organique des ventes à deux chiffres.

Celine

En 2004, Celine réalise de nouveau une bonne croissance et confirme sa rentabilité. Toutes les gammes s'étant développées fortement, la répartition du chiffre d'affaires entre la maroquinerie et le prêt-à-porter est aujourd'hui bien équilibrée.

Celine dispose au 31 décembre 2004 de 112 magasins contrôlés, après 12 ouvertures réalisées au cours de l'année qui lui ont permis d'accroître sa présence en Europe et aux États-Unis et de la développer très fortement au Japon, en Europe et en Asie. Le magasin phare de l'avenue Montaigne à Paris et la boutique de Celine à Rome ont été rénovés et ont fortement développé leur activité.

La marque bénéficie du succès toujours remarquable des lignes de maroquinerie *Boogie* et *Poulbot* dont le développement se poursuit en parallèle à celui de ses nouvelles créations, *Chouquette* et *Ella*.

Kenzo

L'arrivée du nouveau Directeur artistique, Antonio Marras, en août 2003 a doté Kenzo d'un nouvel élan créatif, marqué par le retour des défilés et l'exploitation de ces événements en communication. Les retombées presse se sont révélées exceptionnelles. Le succès remporté en mars 2004 par la première collection d'Antonio Marras a été amplifié avec la collection printemps-été présentée en novembre.

La marque a entrepris un travail de refonte de son offre de prêt-à-porter féminin avec la fusion des anciennes lignes *Paris* et *Jungle* en une collection Kenzo unifiée et le lancement d'une ligne *Défilé*. De nouvelles licences ont été mise en place pour les souliers féminins, les lunettes et les arts de la table. Une extension de la lingerie au « beachwear » est en cours de développement.

Poursuivant son développement rapide, **Marc Jacobs** a de nouveau réalisé d'excellentes performances, avec une forte croissance de ses ventes, en 2004. La marque a étendu son réseau de boutiques aux États-Unis et a renforcé son développement commercial au Japon et en Asie.

Givenchy a bénéficié de l'accueil enthousiaste réservé au premier défilé d'Ozwald Boateng pour le prêt-à-porter Homme et a poursuivi le développement de ses collections d'accessoires féminins. La marque a accentué sa présence en Chine avec l'ouverture et la rénovation de plusieurs points de vente. Riccardo Tisci a rejoint la maison en février 2005 pour se consacrer à la création de ses collections de couture, prêt-à-porter et accessoires.

Thomas Pink a réalisé une bonne année, marquée par le succès de ses nouvelles collections, le développement de sa présence aux États-Unis et l'ouverture d'une première boutique en franchise à Shanghai.

Soutenue par la croissance de ses lignes d'accessoires et le développement de ses collections de prêt-à-porter, l'activité de **Pucci** a de nouveau très fortement augmenté en 2004. La marque a renforcé sa présence aux États-Unis et franchi une étape décisive au Japon avec l'ouverture de ses premiers points de vente.

Berluti a poursuivi un développement très dynamique, porté par le lancement de deux nouvelles lignes de souliers, *Olga 3* et *Scalpel*, par l'extension des produits de petite maroquinerie et par quatre ouvertures de magasins en propre et en franchise à New York, Fukuoka, Séoul ainsi qu'en Chine.

3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

LVMH est présent dans le secteur des parfums et cosmétiques avec les grandes maisons françaises Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. A cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent BeneFit et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétiques en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, marque espagnole leader sur son marché, 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.

A 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).

En 2004, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a réalisé un chiffre d'affaires de 2 153 millions d'euros, soit 17 % du chiffre d'affaires de LVMH.

3.1 Les marques du groupe parfums et cosmétiques

La société **Parfums Christian Dior** est née en 1947, la même année que la maison de couture, avec le lancement du parfum *Miss Dior*. Tout en développant ses lignes de parfums féminins et masculins 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 cosmétiques et se situe à l'avant-garde en matière d'innovation.

Les principaux parfums féminins de la marque sont : *Miss Dior*, *Poison*, *Dune*, *Dolce Vita*, *J'Adore*, *Dior Addict*, et *Pure Poison* lancé en 2004. *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.

Jicky, *l'Heure Bleue*, *Mitsouko*, *Shalimar*, *Samsara*, *Aqua Allegoria*, *Aroma Allegoria*, *L'Instant de Guerlain*, créé en 2003, pour les parfums féminins, *Habit Rouge*, *Vetiver et L'Instant de Guerlain pour Homme*, lancé en 2004, pour les parfums masculins sont les ambassadeurs de la marque.

Les principales lignes cosmétiques de Guerlain sont *Issima* 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 *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a entrepris de diversifier son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant l'année suivante la gamme *KenzoKi*.

BeneFit Cosmetics, créée en 1995 à San Francisco, a rejoint LVMH fin 1999. La marque doit son succès rapide au sérieux de ses produits de beauté et de maquillage allié à un réel sens du plaisir, conforté par l'aspect ludique de leurs noms et de leurs packagings. Outre les ventes réalisées par ses cinq boutiques exclusives de la baie de San Francisco et celle de Grande-Bretagne, la marque est actuellement distribuée dans plus de cent points de vente aux États-Unis, au Royaume-Uni et en France.

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

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. **Hard Candy** a rejoint LVMH en mai 1999. Ces deux marques ont été cédées fin 2002. **Bliss**, qui avait rejoint le groupe LVMH en 1999, a été cédée début 2004.

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Palerme, est une marque de parfumerie de prestige, symbole du chic italien. 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.

Le groupe **Lafachère**, 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 accueillent 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 56 %.

En 2004, 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 appréciés par la clientèle asiatique. Dans le domaine de l'anti-âge, les laboratoires LVMH ont renforcé en 2004 leur collaboration avec des chirurgiens plasticiens dans le but de mieux cibler l'activité des produits. Ces relations ont donné naissance à la gamme *Success Laser* en avril 2004 chez Guerlain et à la gamme *Capture Sculpt 10* chez Parfums Christian Dior en janvier 2005. Les travaux réalisés sur la protection cellulaire vis-à-vis des différents stress ont également permis de lancer *Capture First Action*. La gamme *Capture R60/80* a été renforcée par le masque *R-Lisse* en 2004. *Serum No Surgetics* et *Skın Drink* de Parfums Givenchy sont deux autres exemples des lancements réalisés en 2004.

Dans le domaine du maquillage, les principaux thèmes de recherche sont les interactions peau-lumière-matière, et les nouveaux polymères. Les derniers succès issus de ces travaux sont la gamme de maquillage *Givenchy Le Make Up*, les gammes de rouge à lèvres *Ultra Shine* et *Dior Kiss*, le mascara *Dior Show* chez Parfums Christian Dior et les fonds de teint anti-âge *Issima* chez Guerlain.

3.3 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Les cinq centres de production français de Guerlain, Givenchy et Dior assurent la quasi-totalité de la production des quatre grandes marques françaises, y compris Kenzo, tant dans le domaine des produits parfumants que dans ceux du maquillage ou des produits de soin. Un site de production en Chine est spécialisé dans l'assemblage de certains produits à destination de la région Asie-Pacifique. Make Up For Ever dispose également de capacités de production suffisantes en France pour couvrir ses propres besoins. Seules les sociétés américaines, plus récentes, ainsi que les parfums Loewe et Acqua di Parma, sous-traitent la fabrication de leurs produits pour la plus grande part.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2004, pour cette activité, environ 10 % du coût des ventes ; s'y ajoute environ 20 millions d'euros de sous-traitance logistique.

Les matières sèches, c'est-à-dire les flaconnages, bouchons,... et tous autres éléments constituant le contenant ou l'emballage sont acquis après de fournisseurs hors groupe, ainsi que les matières premières constituant les produits finis. Dans certains cas, ces matières ne sont disponibles qu'après 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 2004

Dans un environnement très compétitif, le groupe Parfums et Cosmétiques enregistre en 2004 une croissance organique de 4 % et améliore de nouveau sa marge opérationnelle.

La dynamique des marques de LVMH est portée par le succès des lancements de parfums et par les fortes performances réalisées par les gammes de maquillage.

Parfums Christian Dior consolide ses positions en Europe et progresse fortement en Asie.

Les marques françaises repositionnent leur distribution aux États-Unis dans une optique plus sélective. Ce redéploiement stratégique, qui limite la hausse du chiffre d'affaires, améliore les perspectives de croissance future sur le marché américain.

BeneFit Cosmetics, Acqua di Parma et Parfums Loewe poursuivent d'excellentes performances.

Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy mettent en place de nouveaux concepts de vente en grands magasins.

Dans un environnement mondial empreint d'une forte concurrence, les grandes marques de parfums et cosmétiques de LVMH bénéficient de leur image d'excellence et récoltent les fruits de leur politique d'innovation et de soutien de leurs grands classiques. Les investissements en terme d'image et de distribution contribuent à accroître leur dynamique dans l'ensemble des catégories de produits. Tirant profit de la tendance porteuse du maquillage, elles réalisent de remarquables performances dans ce domaine, tandis que les lancements de parfums enregistrent de grands succès. Dans le segment du soin, les travaux du centre de recherche de LVMH ont permis des avancées significatives, particulièrement dans le domaine de l'anti-âge et celui des produits blanchissants très appréciés en Asie. Après *Capture R60/80* des Parfums Dior couronné par un Prix d'Excellence de la Beauté, la nouvelle

gamme *Successlaser* de Guerlain en 2004 et la gamme *Capture Sculpt 10* de Parfums Dior lancée en janvier 2005 sont deux illustrations de l'expertise et de la forte capacité d'innovation de nos équipes de chercheurs.

Les meilleures performances de ventes ont été enregistrées au Royaume Uni, au Japon et en Asie, région à fort potentiel de développement. Aux États-Unis, les marques françaises ont entrepris un important travail de repositionnement de leur distribution en faveur des points de vente les plus qualitatifs. Hors activité des marques françaises aux États-Unis, la croissance organique du groupe d'activités se serait élevée à 6 %. Pénalisant à court terme pour le chiffre d'affaires, ce redéploiement stratégique permet d'établir des bases plus solides pour la croissance future de nos marques sur le marché américain.

Parfums Christian Dior

Parfums Christian Dior réalise une excellente année, caractérisée par une progression de ses ventes aux consommateurs près de deux fois supérieure à celle des marchés. Ses performances sont particulièrement remarquables en Europe ainsi qu'au Japon, où la marque continue de gagner des parts de marché, et en Asie, région du monde où sa dynamique est la plus forte parmi les marques d'origine occidentale. Parfums Christian Dior a consolidé son leadership en France et a connu un fort développement en CEI. La filiale russe a notamment réussi un excellent démarrage pour sa première année pleine d'activité.

Aux États-Unis, l'année a été consacrée à un repositionnement stratégique qui se traduit principalement par une concentration de la distribution dans les points de vente les plus qualitatifs au profit de la mise en valeur de l'image, de la créativité et des fondamentaux de la marque en synergie avec la Couture Dior. Ce redéploiement très sélectif, pénalisant à court terme pour le chiffre d'affaires, a pour résultat une augmentation de la productivité des points de vente et une amélioration du résultat opérationnel. Il permet d'établir des bases saines et solides pour le développement futur de Parfums Christian Dior aux États-Unis.

Les investissements consacrés aux gammes phares du portefeuille donnent d'excellents résultats : *Poison* pour le parfum et *Dior Addict*, ligne de parfum et de maquillage, connaissent des croissances à deux chiffres. Le parfum *J'Adore* confirme son statut de grand classique.

La créativité, valeur clé de Parfums Christian Dior, contribue fortement à sa réussite : l'offre de nouveautés a représenté 25 % du chiffre d'affaires en 2004. Le parfum *Pure Poison*, lancé à l'automne, figure parmi les réussites mondiales de l'année 2004 et a permis de redynamiser toute la gamme *Poison*. Les produits de maquillage, tant les nouveautés que les gammes existantes,

ont également connu un succès important, tout particulièrement les rouges à lèvres *Dior Addict Ultra Shine* et *Dior Kiss Gloss* et la gamme de fonds de teint *Diorskin*. Fort de la réussite de *Capture R60/80* lancé en 2003 et couronné en 2004 par un Prix d'Excellence de la Beauté, Parfums Christian Dior affirme son expertise dans le domaine du soin.

La dynamique de la marque phare du groupe d'activités a été soutenue par une présence médiatique renforcée, illustrée notamment par les films réalisés pour *Fahrenheit*, *Pure Poison* et *J'Adore* qui met en scène l'actrice Charlize Theron.

Dior Cosmotic, nouveau concept de vente en grands magasins, a fait son apparition, notamment en Asie, en France, en Allemagne et au Royaume-Uni. Misant sur des lignes modernes et épurées inspirées de l'univers de la Couture, décoré de visuels géants, structuré par univers (parfum, maquillage et soin), il accroît significativement la visibilité de l'offre de Parfums Christian Dior.

Parfums Christian Dior a intensifié ses investissements en Asie, territoire stratégique à fort potentiel. La société a notamment initié la mise en place au Japon d'un nouveau centre de recherche centré sur l'Asie et implanté une plate-forme logistique à Singapour pour mieux soutenir le fort développement de la marque dans la région.

Guerlain

Guerlain enregistre une croissance soutenue de ses ventes, alimentée par toutes ses catégories de produits, et améliore fortement son résultat opérationnel. Sa progression est particulièrement sensible en Europe et en Asie (Chine, Corée, Taiwan).

Guerlain a réalisé d'excellentes performances en maquillage dans tous ses marchés clés avec sa gamme solaire *Terracotta* et sa ligne *Divinora* qui a bénéficié du succès du fard à paupières *Quatuor* et du gloss *KissKiss*. La gamme de soin *Issima* contribue particulièrement à la forte croissance de la marque en Asie. Son développement s'est poursuivi avec le relancement de la ligne antirides *Successlaser* et du soin blanchissant *Perfect White-EX*, ainsi que la création du perfecteur de peau *Secret Divin*.

Le lancement du nouveau parfum masculin *L'Instant de Guerlain* a connu un grand succès, tandis que la version féminine, lancée en 2003, a poursuivi sa croissance. Cette réussite a permis à *L'Instant de Guerlain* de devenir la plus importante franchise de la maison.

Parfums Givenchy

Pour Parfums Givenchy, l'année 2004 a été principalement marquée par le lancement, au mois de mars, de sa nouvelle ligne de maquillage, *Givenchy Le Makeup*. La gamme a été

distinguée en France par les Prix d'Excellence de la Beauté. Ce lancement au potentiel prometteur a permis à Parfums Givenchy d'enregistrer une croissance significative de ses ventes de maquillage. Il s'est accompagné de la mise en place d'un nouveau concept de vente en grands magasins.

Parfums Givenchy a poursuivi le déploiement de son parfum féminin *Very Irresistible Givenchy* et a lancé *Givenchy pour Homme Blue Label*, une version fraîche de son dernier parfum masculin, qui a réalisé de bonnes performances. La marque a également lancé une nouvelle ligne hydratante pour le visage, *Skin Drink*, et une gamme de soins pour le corps, *No Complex*, qui capitalise sur l'expertise des spas Givenchy.

Comme les autres marques françaises, Parfums Givenchy a consacré un effort particulier à l'assainissement de sa distribution aux États-Unis. Sur ce marché, la marque a également mis en place des synergies commerciales avec Guerlain.

Parfums Kenzo

Pour la cinquième année consécutive, Parfums Kenzo voit ses ventes progresser et confirme sa très bonne rentabilité.

Le développement de la gamme féminine *FlowerbyKenzo*, le lancement du parfum masculin *KenzoAir* à l'international et le doublement des ventes de la ligne de soin *KenzoKi* ont contribué aux performances de la marque.

Parfums Kenzo affirme son image et développe sa notoriété grâce à une politique de communication originale, déclinée dans son merchandising et ses nouvelles créations publicitaires, sur un territoire d'expression fort en cohérence avec la mode Kenzo.

Véritable success story, le développement de ***BeneFit Cosmetics*** se traduit une nouvelle fois par une forte croissance des ventes accompagnée d'une excellente rentabilité. La marque a accru ses positions au Royaume Uni et aux États-Unis, son pays d'origine, où elle enregistre la plus forte croissance du marché, et a réalisé avec succès son entrée sur le marché coréen.

Fresh enregistre une forte croissance de son chiffre d'affaires. L'année 2004 a été marquée par le lancement d'une nouvelle collection *Sugar Blossom* (parfum et soins) et d'une ligne de produits solaires. La société a ouvert quatre boutiques au cours de l'année 2004.

Parfums Loewe, leader du marché sélectif en Espagne, a poursuivi sa croissance dans son pays d'origine et a développé ses ventes à l'international grâce en particulier au succès de son nouveau parfum masculin *Solo Loewe*.

Acqua di Parma est également en forte progression grâce à l'extension de sa distribution dans les parfumeries sélectives et les hôtels de prestige. Un nouveau parfum féminin, *Iris Nobile*, a été lancé avec succès en 2004.

4. MONTRES ET JOAILLERIE

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH regroupe un portefeuille de marques horlogères de premier plan et aux positionnements très complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Zenith, manufacture de haute horlogerie réputée pour son mouvement El Primero, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la Maison de couture, Chaumet, prestigieux joaillier historique de la place Vendôme, Fred, créateur de bijoux contemporains et Omas, créateur italien d'instruments d'écriture. De Beers LV, joint venture créé en juillet 2001, affirme son positionnement de joaillier diamantaire (l'activité de De Beers LV est consolidée en 2004 dans les Autres activités).

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

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

En 2004, le groupe d'activités Montres et Joaillerie a réalisé un chiffre d'affaires de 496 millions d'euros, soit 4 % du chiffre d'affaires de LVMH.

4.1 Les marques du groupe montres et joaillerie

TAG Heuer (fondée en 1860 à Saint-Imier dans le Jura suisse, acquise par LVMH en novembre 1999) est la référence incontestable des montres et des chronographes de sport et de prestige, dont elle est le leader mondial. Associée au monde des sports de compétition et à ses valeurs de performance, la marque est reconnue pour la qualité et la précision de ses montres ainsi que pour leur esthétique d'avant-garde. Les modèles les plus réputés sont, pour la ligne « professional sport watches » : les séries *2000* 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, a rejoint LVMH en novembre 1999. Zenith 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 *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque : les lignes *Chronomaster*, *Class* et *Port Royal*. Zenith a entamé 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 l'activité de « private label ». Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Riva*, *Chris 47*, *Sparkling* 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. Les bijoux sont vendus dans la boutique de Londres et trois « shop in the shop » dans les grands magasins japonais.

L'activité de De Beers LV est consolidée dans les autres activités du Groupe.

Ebel, acquise par LVMH en novembre 1999, a été cédée début mars 2004.

4.2 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance ne représente ainsi en 2004 que 9 % 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 2004, TAG Heuer a réalisé dans sa propre filiale industrielle Cortech en Suisse près de 40 % des boîtes nécessaires à sa production.

Les filiales de production de TAG Heuer, Artelink en Italie, fabricant de bracelets métalliques, et ArteCad en Suisse, fabricant de cadrans, ont été respectivement fermées et vendues en 2004.

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.

4.3 Faits marquants de l'exercice 2004

Le groupe Montres et Joaillerie réalise en 2004 une croissance organique de 18 %, nettement supérieure à celle de son marché, et réussit son redressement financier malgré la conjoncture monétaire défavorable.

TAG Heuer présente une innovation majeure, le V4, concept de transmission par courroie inédit pour un mouvement joaillier, salué unanimement par les prescripteurs.

Zenith affirme son positionnement en haute horlogerie et lance ses premiers Tourbillons.

La boutique historique de Chaumet, place Vendôme à Paris, est rénovée.

TAG Heuer

En 2004, TAG Heuer a augmenté sa part de marché et consolidé son leadership des montres et chronographes de sport de prestige. La marque a réalisé des performances particulièrement remarquables aux États-Unis et en Asie. La forte croissance de son chiffre d'affaires et l'amélioration de sa marge opérationnelle permettent d'augmenter les résultats tout en accentuant les investissements marketing.

Les lancements des modèles *Link*, *Formula 1* et *Aquaracer* ont conquis clients et détaillants et ont porté la croissance tout au long de l'année, tandis que la nouvelle *Carrera* célébrait les 40 ans de cette ligne mythique.

Fidèle à sa vocation d'horloger d'avant-garde, TAG Heuer a en outre présenté au Salon de Bâle 2004 une innovation majeure, le V4, concept de transmission par courroie inédit pour un mouvement horloger, unanimement salué par les prescripteurs.

En décembre 2004, les stars hollywoodiennes Brad Pitt et Uma Thurman ont rejoint TAG Heuer en qualité d'ambassadeurs aux côtés de Juan Pablo Montoya, pilote de Formule 1 de l'écurie McLaren Mercedes, et Maria Sharapova, étoile montante du tennis, soulignant l'association sport et glamour, territoire de communication de la marque, apprécié dans l'ensemble des marchés. Avec le champion de golf Tiger Woods, le jeune pilote Kimi Räikkönen, Sébastien Bourdais, champion 2004 de la formule Champ Car aux États-Unis, et Steve McQueen, ambassadeur du mythique chronographe *Monaco*, TAG Heuer réunit l'équipe la plus extraordinaire d'ambassadeurs représentant une marque d'horlogerie de luxe.

Zenith

En 2004, la Manufacture Zenith a fortement consolidé sa position dans le secteur de la haute horlogerie. En alliant savoir-faire de pointe et modernité esthétique, la marque a progressé sur tous les grands marchés horlogers avec de très fortes performances en Asie, au Japon et aux États-Unis.

La croissance du chiffre d'affaires a été très soutenue grâce au succès de la collection *Open*, concept original mettant en scène le cœur du célèbre mouvement El Primero, développé pour les lignes masculines et féminines, de l'offre de montres automatiques féminines, classiques et élégantes, et de la collection Haute Horlogerie incluant les premiers Tourbillons de la marque.

Montres Dior

En l'espace de quatre ans, sur le segment très concurrentiel des montres de mode, les Montres Dior, développées en collaboration avec les studios de la maison de couture, ont plus que doublé leur chiffre d'affaires.

L'année 2004 a permis de consolider l'offre existante, qui participe au rayonnement de la marque dans le monde, et a vu le lancement de la ligne masculine *Chiffre Rouge* créée par Hedi Slimane.

Chaumet

Chaumet a connu une croissance très soutenue en 2005 au Japon, en Corée et en France. Les boutiques ouvertes depuis trois ans ont vu progresser leur productivité commerciale grâce aux efforts réalisés dans le domaine des collections, de la

communication et de la formation du personnel. La haute joaillerie *Frisson*, la ligne de bijoux *Liens*, agrémentée d'une collection de montres, la ligne horlogère *Class One*, assortie d'une collection de bagues, et la montre masculine *Dandy* ont particulièrement contribué aux performances de la marque.

La réouverture de la boutique historique de la place Vendôme, rénovée par l'architecte Jean-Michel Wilmotte, et l'organisation en ses salons d'une exposition inédite, baptisée « Napoléon Amoureux », ont donné une forte visibilité à Chaumet en France, mettant en lumière son image mariant tradition et modernité.

Fred

Fred, joaillier d'inspiration résolument contemporaine, poursuit son déploiement commercial notamment au Japon.

La ligne de montres *Move One*, enrichie en 2004 d'une gamme de modèles de plongée baptisée « Diving », les collections de bijoux *Success* et *Pretty Woman* connaissent un fort développement.

Omas

Omas, spécialiste italien des instruments d'écriture de luxe, a enregistré une croissance significative de son chiffre d'affaires, soutenue notamment par le développement de sa ligne *360*.

De Beers LV

La marque De Beers a atteint les objectifs définis pour 2004 dans ses magasins de Londres et de Tokyo.

5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Les activités de distribution sélective ont pour vocation de promouvoir un environnement approprié à l'image et au statut des marques de luxe. Leurs activités se développent en Europe, en Amérique du Nord 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 Miami Cruiseline, et les concepts de distribution sélective représentés par Sephora et les grands magasins parisiens Le Bon Marché et La Samaritaine.

En 2004, le groupe d'activités Distribution sélective a réalisé un chiffre d'affaires de 3 378 millions d'euros, soit 27 % du chiffre d'affaires de LVMH.

5.1 L'activité « travel retail »

DFS

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

Ce groupe américain est le pionnier et l'un des leaders mondiaux de la distribution de produits de luxe aux voyageurs internationaux. Son activité est très liée aux cycles du tourisme. Depuis sa création en 1961 en qualité de concessionnaire de produits hors taxes au sein de l'aéroport de Kai Tak à Hong Kong, DFS a acquis une connaissance approfondie des besoins de la clientèle des voyageurs, a bâti de solides partenariats avec les tour operators japonais et internationaux et a considérablement développé son activité, tout particulièrement au sein des destinations touristiques situées dans la région Asie-Pacifique.

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 1 000 à 18 000 mètres carrés, les 13 Galleries sont implantées dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon. Chacune associe en un même lieu, à proximité des hôtels où séjournent les voyageurs, trois espaces commerciaux différents et complémentaires : une offre généraliste de produits de luxe (parfums et cosmétiques, mode et accessoires...), une galerie de boutiques de grandes marques (Louis Vuitton, Hermès, Bulgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Céline...) et un complexe de loisirs et d'achat de souvenirs.

Tout en privilégiant le développement de ses Galleries où réside sa principale source de croissance, DFS maintient son intérêt stratégique pour les concessions d'aéroports qui peuvent être remportées ou renouvelées dans de bonnes conditions

économiques. DFS est actuellement présent dans une vingtaine d'aéroports internationaux situés en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon.

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline, dont l'acquisition a été réalisée par LVMH en janvier 2000, est une société américaine fondée en 1963, leader mondial de la vente de produits de luxe hors taxes à bord des navires de croisière. Elle fournit ses services à plus de 100 bateaux représentant 26 compagnies maritimes. Elle édite, en outre, des revues touristiques, des catalogues et fiches publicitaires disponibles à bord des navires.

L'acquisition de Miami Cruiseline a permis à l'activité « travel retail » de mieux équilibrer sa présence géographique et de diversifier sa clientèle, majoritairement asiatique auparavant, en la complétant par celle des croisières, dominée par les Américains et les Européens. Il existe en outre d'excellentes synergies entre les activités de DFS et celles de Miami Cruiseline dans les domaines du management et du merchandising.

Miami Cruiseline a fait porter ses efforts sur une amélioration de la qualité de son offre produits et de l'adaptation de ses assortiments à chaque navire de croisière afin d'accroître la moyenne des dépenses par passager. Un accent particulier est mis sur les montres et la joaillerie qui offrent de bonnes opportunités de croissance dans les années qui viennent.

5.2 L'activité « selective retail »

Sephora

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

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie, notamment Marie-Jeanne Godard et les sociétés italiennes Laguna, Boidi et Kharys. Sephora dispose aujourd'hui de 426 magasins en Europe, implantés dans 10 pays. Fin 2004, considérant le niveau de rentabilité actuel et potentiel en Grande-Bretagne, la décision a été prise de restructurer le réseau de magasins de ce pays. Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 94 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, sephora.com, et 1 magasin au Canada ouvert en 2004.

Le Bon Marché

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

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

Au cours des dernières années, un important travail de fond, portant notamment sur la rénovation et la transformation de ses espaces de vente associées à une montée en gamme de son offre commerciale, a permis de redonner au Bon Marché une identité forte et de l'inscrire dans la modernité. Reconnu pour sa politique d'assortiment et de service très exigeante, Le Bon Marché s'est aujourd'hui imposé comme le grand magasin le plus exclusif et le plus créatif de Paris.

La Samaritaine

Fondée en 1870, la Samaritaine est, comme Le Bon Marché, l'un des premiers et l'un des plus emblématiques grands magasins de Paris. Situé entre le Louvre et Notre Dame de Paris, dans un quartier stratégique et en plein développement, il bénéficie à la fois d'une clientèle de proximité et d'un grand potentiel auprès de la clientèle internationale.

LVMH a acquis 55 % du capital de la Samaritaine en janvier 2001. Avec l'aide du Groupe, la Samaritaine a défini une nouvelle stratégie de développement et a entrepris un repositionnement centré sur la mode et les accessoires afin d'ancrer l'enseigne dans son environnement et de séduire une clientèle jeune, à bon pouvoir d'achat, à la pointe des courants de mode.

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

5.3 Faits marquants de l'exercice 2004

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel des activités de Distribution sélective enregistrent en 2004 une forte progression reflétant l'efficacité des stratégies commerciales et des plans d'amélioration de la rentabilité engagés au cours des dernières années.

DFS renforce sa présence au Japon en ouvrant une Galleria dans le centre ville d'Okinawa. Avec l'essor de la clientèle de la Chine populaire, ses ventes se développent fortement à Hong Kong.

Sephora ouvre son nouveau « flagship » américain sur la 5^{ème} Avenue à New York et inaugure sa présence au Canada, à Toronto. L'enseigne prépare en outre son implantation en Chine.

Le Bon Marché réalise d'excellentes performances et continue de s'imposer comme le grand magasin le plus sélectif de Paris.

Le redéploiement de la Samaritaine s'est achevé en septembre 2004 avec l'ouverture du nouveau département de mode masculine.

DFS

La reprise du tourisme sur l'ensemble de ses marchés, l'attractivité de ses magasins, la qualité des marques et services proposés à la clientèle ont permis à DFS de retrouver un niveau de ventes proche de celui de l'an 2000. Les efforts d'amélioration de la productivité et de réduction des coûts engagés au cours des dernières années ont contribué à l'amélioration du résultat opérationnel.

En 2004, le développement des Gallerias s'est poursuivi avec l'ouverture d'un magasin dans le centre ville d'Okinawa au Japon, où DFS exploite déjà deux magasins d'aéroport.

Inauguré en décembre, doté d'une offre particulièrement axée sur les marques et produits de luxe afin de répondre aux exigences de la clientèle japonaise, ce nouveau magasin bénéficie d'un important potentiel.

Afin de répondre aux attentes de la de la clientèle asiatique dont l'essor constitue une opportunité majeure, DFS continue d'optimiser son approche et s'emploie à dédier à ces nouveaux clients une offre et des services spécifiques. Grâce à ces initiatives, les magasins de Hong Kong sont en croissance.

Sephora

Sephora réalise une excellente année 2004 et atteint pleinement ses objectifs. En Europe comme aux États-Unis, l'enseigne, partenaire des grandes marques de parfums et cosmétiques, enregistre une forte croissance de ses ventes et de sa rentabilité et dégage un cash flow positif qui permet de continuer à autofinancer son expansion.

La stratégie de croissance sélective de Sephora est concentrée sur les villes et pays offrant les meilleures perspectives de développement profitable. Au 31 décembre 2004, l'enseigne dispose d'un réseau mondial de 521 magasins, ayant réalisé au cours de l'année huit ouvertures nettes en Europe, douze aux Etats-Unis et une au Canada. En Espagne, un partenariat a été conclu en décembre 2004 avec la chaîne de grands magasins El Corte Inglés, ouvrant des perspectives prometteuses.

En Europe, Sephora gagne des parts de marché et s'affirme comme l'enseigne synonyme d'innovation et d'expertise en

beauté. Cette stratégie est particulièrement illustrée par le lancement en exclusivité de nombreuses marques de parfums et maquillage à la pointe de la tendance. Y contribue également le développement de services novateurs tels que le « nail bar » (bar à ongles), ou le « brow bar » (bar à sourcils) ouvert en décembre sur les Champs Elysées en collaboration avec BeneFit Cosmetics. Sephora renforce son partenariat avec les grandes marques de parfums et cosmétiques, une politique originale de communication et d'animations, tout en continuant de développer, sous sa marque propre, plusieurs gammes de produits conjuguant créativité, qualité et prix attractifs.

Aux États-Unis, pour la quatrième année consécutive, Sephora enregistre, à nombre de magasins comparable, une croissance à deux chiffres qui se situe bien au-delà de la tendance enregistrée par la distribution spécialisée. Portée par cette forte dynamique commerciale, l'enseigne augmente significativement sa rentabilité et sa génération de cash.

Le nouveau « flagship » américain de Sephora a été ouvert sur la 5^{ème} avenue à New York en juillet 2004. Outre son emplacement prestigieux, ce magasin bénéficie d'un cadre exceptionnel.

Le site Internet sephora.com continue de développer fortement son chiffre d'affaires et confirme son excellente rentabilité.

Après avoir étendu l'activité de Sephora.com au Canada, l'enseigne a ouvert un magasin à Toronto en novembre 2004. Cette première implantation rencontre un vif succès et entraîne également une augmentation significative de l'activité de sephora.com au Canada.

Le Bon Marché

Les excellentes performances réalisées en 2004 démontrent une nouvelle fois la solidité du positionnement et de la gestion du Bon Marché : le grand magasin le plus sélectif de Paris continue de s'imposer comme la référence pour une clientèle parisienne, française et internationale exigeante. Le développement d'un nouveau système de gestion commerciale a en outre permis d'améliorer ses principaux indicateurs de performance.

Les investissements dédiés à la rénovation du département prêt-à-porter féminin ont permis d'ouvrir en 2004 trois nouvelles pièces de « l'appartement de mode », concept qui a reçu un très bon accueil de la part de la clientèle. L'espace consacré aux créateurs a été agrandi, ce qui a permis d'accueillir de nouvelles marques et de leur offrir un écrin adéquat. Un nouvel espace de restauration a également été ouvert en septembre au deuxième étage du magasin principal et bénéficie d'ores et déjà d'une fréquentation élevée.

La Samaritaine

Le plan de redéploiement de la Samaritaine s'est achevé en septembre 2004 avec l'ouverture du nouvel espace consacré à la mode homme. Le réaménagement entrepris a permis de regrouper en un seul lieu tout l'univers (prêt-à-porter, accessoires, souliers, sport...) dédié à la clientèle masculine.

Repositionné sur les secteurs de la mode et de la décoration, le magasin dispose désormais de 30 000 mètres carrés de surface de vente dont la configuration a gagné en modernité, en clarté et en lisibilité et de moyens logistiques optimisés, source d'importantes économies de fonctionnement.

6. AUTRES ACTIVITÉS

En 2004, les Autres activités intègrent le pôle média géré par DI Group (ex Desfossés International), et le joint-venture De Beers LV.

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

DI Group s'est séparé, en janvier 2003, du magazine Jazzman. System TV, société de production audiovisuelle, a été cédée en juillet 2004.

L'activité de De Beers LV est décrite avec les activités Montre et Joaillerie du Groupe.

L'Etude Tajan a été cédée fin décembre 2003.

LE GROUPE LVMH

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ AU COURS DE L'EXERCICE 2004

Le chiffre d'affaires de l'exercice 2004 s'élève à 12 623 millions d'euros, en croissance de 6 % par rapport à l'exercice précédent. Le renforcement de l'euro par rapport au dollar US et au yen a un effet négatif de quatre points ; à devises constantes, le chiffre d'affaires progresse de 10 %.

Les principales variations de périmètre sont les suivantes : dans les Vins et Spiritueux, cession de Hine fin juin 2003 et de Canard-Duchêne fin septembre 2003, consolidation de Millennium par intégration globale en 2004, auparavant mise en équivalence ; dans l'activité Parfums et Cosmétiques, cession des licences américaines Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole en mai 2003 et de Bliss fin décembre 2003 ; dans le groupe d'activité Montres et Joaillerie, cession de Ebel début mars 2004. L'évolution du périmètre de consolidation du Groupe se traduit par un effet négatif de un point de chiffre d'affaires.

A taux de change et périmètre comparables, la croissance organique du chiffre d'affaires 2004 du Groupe est de 11 %.

La ventilation du chiffre d'affaires entre les différentes devises de facturation varie peu : le poids de l'euro évolue de 33 % à 32 % ; de même le yen baisse de un point, à 15 %, alors que le poids du dollar US reste stable à 31 % du total du chiffre d'affaires ; le dollar de Hong Kong baisse de un point, passant de 4 % à 3 % ; l'ensemble des autres devises progresse de trois points, à 19 % du total du chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires par zone géographique de destination évolue de la façon suivante, en pourcentage du total des ventes : stabilité de la France, de l'Europe (hors France) et des États-Unis avec respectivement 17 %, 21 % et 26 % ; le Japon qui représente 14 % décroît de deux points, alors qu'à l'inverse l'Asie hors Japon croît de deux points, passant de 13 % à 15 %.

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

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|------------------|------------|------------|------------|
| Euro | 32 | 33 | 32 |
| Dollar US | 31 | 31 | 32 |
| Yen | 15 | 16 | 16 |
| Dollar Hong Kong | 3 | 4 | 4 |
| Autres devises | 19 | 16 | 16 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

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

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|----------------------|------------|------------|------------|
| France | 17 | 17 | 17 |
| Europe (hors France) | 21 | 21 | 20 |
| États-Unis | 26 | 26 | 27 |
| Japon | 14 | 16 | 15 |
| Asie (hors Japon) | 15 | 13 | 15 |
| Autres marchés | 7 | 7 | 6 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Le poids relatif de chaque métier du Groupe dans le chiffre d'affaires reste sensiblement constant : stabilité des Vins et Spiritueux et de la Mode et Maroquinerie avec respectivement 18 % et 35 % ; baisse de un point des Parfums et Cosmétiques avec 17 % ; stabilité de l'activité Montres et Joaillerie à 4 %, et croissance de deux points de la Distribution sélective qui évolue de 25 % à 27 %.

Le chiffre d'affaires de l'activité Vins et Spiritueux progresse de 11 % à taux de change et périmètre constants, et de 8 % en données publiées grâce notamment à une croissance des volumes de 6 %, à la fois du champagne (à périmètre comparable) et du cognac. La progression du chiffre d'affaires est de 14 % sur les marchés Duty Free et de 13 % sur les marchés asiatiques hors Japon.

La croissance du chiffre d'affaires des activités Mode et Maroquinerie est de 10 % à taux de change constants, et de 5 % en données publiées. La croissance organique des ventes de Louis Vuitton reste à deux chiffres. L'ensemble des marques de ce groupe d'activités a enregistré une forte progression aux États-Unis, de 22 % à devises constantes, ainsi qu'auprès des clientèles chinoises et dans les zones touristiques.

Le chiffre d'affaires de l'activité Parfums et Cosmétiques affiche une croissance de 4 % à taux de change et périmètre constants. Les lancements de *Pure Poison* pour Dior, de *l'Instant pour Homme* de Guerlain et de *Givenchy pour Homme Blue Label* ont permis une progression du chiffre d'affaires sur les principaux marchés, à l'exception de l'Allemagne du fait d'une économie déprimée, et des États-Unis en raison d'une réduction du nombre de portes non sélectives.

La croissance organique du chiffre d'affaires de l'activité Montres et Joaillerie est de 18 %. Les marques de ce groupe d'activités affichent toutes de fortes progressions. Par marché, les croissances organiques les plus significatives sont réalisées sur le marché américain avec 33 %, et en Asie avec 15 %.

A devises constantes, le chiffre d'affaires de l'activité Distribution sélective augmente de 17 %. Les ventes de Sephora poursuivent leur progression avec notamment une croissance à deux chiffres aux États-Unis. DFS est en croissance dans tous les pays où la société est présente.

Au sein des Autres activités sont intégrés le pôle Média dont le chiffre d'affaires est en baisse de 9 %, et le joint-venture De Beers LV dont le chiffre d'affaires progresse fortement.

La marge brute du Groupe s'élève à 8 130 millions d'euros, en croissance de 4 % par rapport à l'année précédente ; le taux de marge sur chiffre d'affaires s'élève à 64 %, en baisse de un point par rapport à 2003, en raison principalement de l'effet négatif des variations des taux de change du dollar US et du yen par rapport à l'année précédente.

Les charges commerciales s'élèvent à 4 513 millions d'euros, en hausse de 3 % par rapport à 2003 ; elles incluent les frais de location des boutiques utilisées par le Groupe, soit respectivement 685 et 642 millions d'euros pour les exercices 2004 et 2003. A taux de change et périmètre constants, les charges commerciales augmentent de 8 % ; cette évolution reflète l'augmentation des investissements de promotion et de communication des principales marques du Groupe et des frais commerciaux en raison de l'extension des réseaux de distribution et des ouvertures de boutiques.

Les charges administratives s'élèvent à 1 197 millions d'euros, en baisse de 1 % par rapport à 2003, et en progression de 3 % à taux de change et périmètre constants ; elles représentent 9,5 % du montant des ventes, soit un demi point de moins que l'année précédente, conséquence des efforts de productivité.

Le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 2 420 millions d'euros, en progression de 11 % par rapport à 2003 ; à devises et effet de couvertures de change constants, cette progression serait de 24 %. Cette croissance de 11 %, supérieure à celle du chiffre d'affaires, a pour origine l'augmentation en valeur absolue de marge brute et la maîtrise des frais de fonctionnement ; le taux de marge opérationnelle sur chiffre d'affaires, de 19 %, progresse de un point.

L'effet des variations de change sur le résultat opérationnel, comparativement à 2003, est un montant négatif de 276 millions d'euros. Ce chiffre inclut à la fois les effets de change sur le chiffre d'affaires et les achats des sociétés du Groupe exportatrices ou importatrices, le résultat de change sur encaissements/décaissements net des effets des couvertures, et l'effet de change sur la consolidation des résultats opérationnels des filiales hors zone euro.

Le résultat opérationnel de l'activité Vins et Spiritueux s'établit à 806 millions d'euros, en croissance de 1 % par rapport à 2003. La dégradation générale des parités monétaires par rapport à l'euro a eu un effet négatif sensible sur le résultat opérationnel, bien que compensé par la hausse des volumes, des prix de vente et l'enrichissement du mix-produits.

L'activité Mode et Maroquinerie dégage un résultat opérationnel de 1 329 millions d'euros, en croissance de 1 % par rapport à 2003. Le résultat de Louis Vuitton continue de progresser, tout en conservant un ratio de profitabilité très élevé ; d'autres marques de ce groupe d'activités sont toujours en phase d'investissement tant dans leur réseau de distribution qu'en termes de communication, ce qui pèse sur les résultats.

L'activité Parfums et Cosmétiques enregistre un résultat opérationnel de 181 millions d'euros contre 178 millions d'euros en 2003. Le succès des lancements réalisés au deuxième semestre 2004 a permis de compenser les effets d'un environnement économique défavorable en Europe.

Le résultat opérationnel du groupe Montres et Joaillerie s'améliore fortement passant d'une perte de 48 millions d'euros en 2003 à un résultat positif de 13 millions d'euros en 2004. La nette reprise des ventes constatée au cours de l'année 2004, ainsi que la déconsolidation de Ebel après cession, ont contribué à cette forte amélioration du résultat opérationnel.

Le résultat opérationnel de la Distribution sélective s'établit à 244 millions d'euros en 2004 contre 106 millions d'euros en 2003 ; cette forte progression a pour origine le redressement des ventes de DFS et la poursuite de la croissance des ventes de Sephora aux États-Unis et en Europe.

Les pertes opérationnelles des Autres activités, de 153 millions, ont diminué de 5 % par rapport à l'année précédente et ce malgré l'impact de dotations aux provisions pour retraites non récurrentes. Cette rubrique intègre les frais de siège, le pôle Média dont les pertes opérationnelles restent au niveau de celles de 2003, et le joint-venture constitué avec De Beers qui poursuit ses investissements.

Les frais financiers nets sont en baisse, évoluant de 233 millions d'euros en 2003 à 197 millions d'euros en 2004. Cette variation est liée à la réduction de l'endettement du Groupe et à la baisse des taux d'intérêts.

Les autres produits et charges sont principalement constitués de dépréciations exceptionnelles d'actifs d'un montant de 63 millions d'euros, et de provisions pour restructuration de 38 millions d'euros. Les dépréciations exceptionnelles d'actifs portent sur des ensembles immobiliers en propriété ou crédit-bail situés à l'étranger, ainsi que sur des marques non stratégiques et de faible valeur unitaire. Les restructurations concernent différentes marques ou enseignes du Groupe : il s'agit de la fermeture de marchés, ou de l'arrêt d'activités secondaires et non profitables.

Enfin, sont enregistrés dans ce compte des résultats de cession et variations de provisions pour dépréciations au titre du portefeuille d'actions LVMH ou de la participation dans Bouygues, soit respectivement une charge de 12 millions d'euros et un produit de 21 millions d'euros, et diverses provisions pour risques de 19 millions d'euros.

Le taux d'imposition de l'année 2004 s'établit à 29 %, en baisse de un point par rapport à l'année précédente en raison de l'amélioration des résultats en 2004 de sociétés auparavant déficitaires.

L'amortissement des écarts d'acquisition s'élève à 284 millions d'euros, montant inférieur à celui de l'année précédente en raison d'amortissements exceptionnels réalisés en 2003.

En 2004, la part dans les résultats des sociétés mises en équivalence intègre une dépréciation de titres à hauteur de 15 millions d'euros.

La part des intérêts minoritaires évolue de 108 millions d'euros en 2003 à 202 millions d'euros fin 2004 ; cette progression provient principalement de l'activité de DFS, ces chiffres n'étant comparables qu'après prise en compte des effets réducteurs de l'augmentation de capital de DFS en 2003.

Le résultat net courant part du Groupe s'élève à 1 294 millions d'euros, en progression de 26 % par rapport à l'année précédente.

Le résultat net comptable part du Groupe s'élève à 1 010 millions d'euros, en progression de 40 % par rapport à 2003 ; il représente 8 % du chiffre d'affaires du Groupe contre 6 % en 2003.

1.1 Vins et Spiritueux

Le chiffre d'affaires du Groupe Vins et Spiritueux s'élève à 2 280 millions d'euros, en croissance de 8 % par rapport à 2003. A devises et périmètres constants, le chiffre d'affaires est en croissance de 11 %.

Le résultat opérationnel atteint 806 millions d'euros, en hausse de 1 % par rapport à 2002. La marge opérationnelle passe de 33 % en 2002, à 38 % en 2003 et 35 % en 2004 ; l'évolution défavorable de ce ratio en 2004 par rapport à 2003 est

essentiellement due à des effets de changes négatifs résultant de l'appréciation de l'euro par rapport aux principales devises de facturation.

Les marques non stratégiques, Hine et Canard-Duchêne, ont été cédées respectivement en juin et septembre 2003. En mars 2004 la participation de Moët-Hennessy dans Millennium a été augmentée de 30 % pour être ainsi portée à 70 %. Cette société consolidée par mise en équivalence en 2003 est consolidée par intégration globale en 2004.

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------|-------|-------|
| Ventes en volume (en millions de bouteilles) : | | | |
| Champagne | 53,0 | 52,6 | 53,6 |
| Cognac | 46,5 | 43,9 | 41,7 |
| Autres Spiritueux | 6,0 | – | – |
| Vins tranquilles et pétillants | 30,6 | 30,1 | 27,1 |
| Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) | | | |
| France | 11 | 11 | 12 |
| Europe (hors France) | 27 | 27 | 26 |
| États-Unis | 32 | 32 | 33 |
| Japon | 9 | 10 | 10 |
| Asie hors Japon | 12 | 12 | 12 |
| Autres marchés | 9 | 8 | 7 |
| | 100 | 100 | 100 |
| Chiffre d'affaires (en millions d'euros) | 2 280 | 2 116 | 2 266 |
| Résultat opérationnel (en millions d'euros) | 806 | 796 | 750 |
| Marge opérationnelle (en %) | 35 | 38 | 33 |
| Investissements opérationnels (en millions d'euros) | 69 | 59 | 52 |

1.1.1 Champagne et Vins

Le chiffre d'affaires de l'activité Champagne et Vins s'élève à 1 422 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport à 2003 et de 12 % à devises et périmètres constants.

Le résultat opérationnel s'établit à 466 millions d'euros, en hausse de 3 % par rapport à l'année précédente ; cette évolution est le résultat des hausses de volume et de prix qui ont permis de limiter l'effet négatif des variations monétaires.

● Champagne

En 2004, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 8 % à périmètre comparable (hors Canard-Duchêne).

Les expéditions de l'ensemble de la région Champagne augmentent de 2 % dépassant ainsi les 300 millions de

bouteilles expédiées, dont 59 % en France avec une croissance de 2 % par rapport à 2003, et 41 % à l'export avec une croissance de 3 % par rapport à 2003.

Au sein de la région, la part de marché du négoce reste stable d'une année sur l'autre à 67,4 %, de même pour les coopératives à 9,3 % et les récoltants à 23,3 %.

La part de marché des marques de LVMH atteint désormais 18,3 % du total des expéditions de la région, en augmentation de un point par rapport à 2003, à périmètre comparable.

LVMH est le leader mondial du Champagne, premier producteur et premier exportateur. Le deuxième et troisième producteur, Marne et Champagne, et Vranken, représentent respectivement 39 % et 32 % des volumes de LVMH (source : rapports annuels 2003 des sociétés concernées).

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

| | 2004 | | | 2003 | | | 2002 | | |
|-----------------|---------|------|--------------------|---------|------|--------------------|---------|------|--------------------|
| | Volumes | | Part de marché (%) | Volumes | | Part de marché (%) | Volumes | | Part de marché (%) |
| | Région | LVMH | | Région | LVMH | | Région | LVMH | |
| Allemagne | 11,5 | 3,3 | 29,0 | 12,1 | 3,2 | 26,2 | 11,4 | 3,5 | 30,9 |
| Grande-Bretagne | 35,0 | 7,6 | 21,9 | 34,5 | 7,3 | 21,3 | 31,7 | 6,6 | 20,8 |
| États-Unis | 20,3 | 11,7 | 57,9 | 19,0 | 10,6 | 55,9 | 18,2 | 11,2 | 61,2 |
| Italie | 8,2 | 4,3 | 52,4 | 8,5 | 4,3 | 50,9 | 8,0 | 4,3 | 53,8 |
| France | 177,6 | 11,3 | 6,4 | 174,0 | 11,7 | 6,7 | 174,9 | 13,0 | 7,4 |

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

Les ventes en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 6 % à périmètre comparable. Pour les principaux marchés, la progression des ventes en volume est la suivante : Japon : 14 %, Asie (hors Japon) : 46 %, États-Unis : 5 %, Italie : 2 %, France : 5 % (à périmètre comparable, hors Canard-Duchêne) et baisse de 4 % en Allemagne.

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

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|-------------------|------------|------------|------------|
| Allemagne | 6 | 6 | 7 |
| Grande-Bretagne | 13 | 14 | 12 |
| États-Unis | 21 | 21 | 21 |
| Italie | 8 | 8 | 8 |
| Suisse | 3 | 3 | 3 |
| Japon | 5 | 5 | 4 |
| Autres | 24 | 20 | 20 |
| Export | 80 | 77 | 75 |
| France | 20 | 23 | 25 |
| Total en % | 100 | 100 | 100 |

La récolte 2004 en Champagne a été exceptionnelle en volume, comme en qualité, et la région a été autorisée à déclarer en appellation 14 000 kilogrammes par hectare ; sur ces quantités récoltées, 2 000 kilogrammes par hectare ont été mis en réserve en prévision d'années futures déficitaires.

Dans le même temps et compte tenu des bons résultats commerciaux de la Champagne dans son ensemble, 1 000 kilogrammes par hectare de vins de réserve, issus d'années précédentes, ont été débloqués à compter du 28 février 2005. A

cette date, le montant des vins bloqués en réserve qualitative s'élève à la moitié d'une vendange normale.

Le prix payé pour chaque kilo de raisins à la vendange 2004 s'établit entre 4,10 euros et 5 euros suivant les crus, représentant une hausse de 3 à 4 % par rapport à 2003.

• Vins tranquilles et pétillants

Les ventes en volume de l'activité Vins tranquilles et pétillants s'établissent à 30,6 millions de bouteilles, en croissance de 1 % par rapport à 2003.

Les ventes de vins australiens et néo-zélandais sont en progression de 10 %, les vins élaborés en Californie progressent de 2 %, alors que les ventes de vins argentins sont stables.

1.1.2 Cognac et Spiritueux

Le chiffre d'affaires de l'activité Cognac et Spiritueux s'établit à 858 millions d'euros, en croissance de 10 %, à devises et périmètre constants ; hors effet de la consolidation de Millennium, la croissance s'établit à 9 %.

Le résultat opérationnel est de 341 millions d'euros, en recul de 1 % par rapport à 2003 ; sans l'intégration de Millennium ce résultat serait en recul de 7 %, les hausses de prix et de volume ne suffisant pas à compenser l'effet défavorable des variations de change.

Les volumes d'expédition de la région Cognac augmentent de 5 % par rapport à 2003, alors que les expéditions en volume des marques de LVMH augmentent de 4 %. La part de marché du groupe d'activités s'établit ainsi à 39 %, stable par rapport à 2003 (source : BNIC).

Le Groupe LVMH est leader mondial du Cognac, ses positions étant particulièrement fortes aux États-Unis et en Asie.

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

| | 2004 | | | 2003 | | | 2002 | | |
|-------------------|---------|------|--------------------|---------|------|--------------------|---------|------|--------------------|
| | Volumes | | Part de marché (%) | Volumes | | Part de marché (%) | Volumes | | Part de marché (%) |
| | Région | LVMH | | Région | LVMH | | Région | LVMH | |
| États-Unis | 48,5 | 26,6 | 54,8 | 48,6 | 27,0 | 55,5 | 44,1 | 22,5 | 51,0 |
| Asie (hors Japon) | 22,1 | 10,1 | 45,8 | 18,0 | 7,9 | 43,7 | 16,4 | 7,2 | 44,1 |
| Japon | 3,4 | 2,0 | 58,2 | 4,0 | 2,3 | 58,3 | 4,6 | 2,7 | 58,8 |
| Allemagne | 4,1 | 1,2 | 29,3 | 4,0 | 1,0 | 24,3 | 4,4 | 1,2 | 27,0 |
| France | 5,4 | 0,3 | 5,2 | 4,8 | 0,3 | 7,2 | 6,4 | 0,4 | 6,3 |

(source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac-BNIC)

Les ventes en volume de cognac des marques de LVMH sont en croissance de 6 %. Les ventes des qualités vieilles progressent plus vite que celles de qualité VS. Par marché, la progression est la suivante : forte reprise en Duty Free (10 %), développement en Asie hors Japon (18 %), poursuite de la baisse au Japon (- 14 %), poursuite de la progression aux États-Unis (3 %), reprise des ventes en Irlande (2 %) après la baisse constatée en 2003.

La ventilation géographique des ventes de cognac de LVMH, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles et à périmètre comparable est la suivante :

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|----------------------|------------|------------|------------|
| États-Unis | 56 | 57 | 54 |
| Japon | 4 | 5 | 6 |
| Asie (hors Japon) | 17 | 15 | 15 |
| Europe (hors France) | 13 | 13 | 15 |
| Autres export | 9 | 9 | 9 |
| Total Export | 99 | 99 | 99 |
| France | 1 | 1 | 1 |
| Total en % | 100 | 100 | 100 |

Les ventes en volume de vodkas haut de gamme de la société Millennium sous les marques *Belvedere* et *Chopin* sont en croissance de 15 % par rapport à 2003 ; ces ventes sont essentiellement réalisées sur le marché des États-Unis.

1.2 Mode et Maroquinerie

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------|-------|-------|
| Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) | | | |
| France | 10 | 9 | 10 |
| Europe (hors France) | 17 | 17 | 16 |
| États-Unis | 22 | 22 | 23 |
| Japon | 31 | 34 | 33 |
| Asie (hors Japon) | 16 | 15 | 15 |
| Autres marchés | 4 | 3 | 3 |
| | 100 | 100 | 100 |
| Chiffre d'affaires (en millions d'euros) | 4 362 | 4 149 | 4 207 |
| Ventes au détail en % du chiffre d'affaires (hors Louis Vuitton) | 49 | 45 | 42 |
| Résultat opérationnel (en millions d'euros) | 1 329 | 1 311 | 1 280 |
| Marge opérationnelle (en %) | 30 | 32 | 30 |
| Investissements opérationnels (en millions d'euros) | 253 | 264 | 246 |
| Nombre de magasins | 896 | 828 | 793 |

Le chiffre d'affaires du groupe Mode et Maroquinerie s'élève à 4 362 millions d'euros, en croissance de 5 % par rapport à l'exercice précédent, et de 10 % à taux de change constants.

Le résultat opérationnel du groupe Mode et Maroquinerie s'établit à 1 329 millions d'euros, en croissance de 1 % par rapport à 2003. La marge opérationnelle évolue comme suit : 30 % en 2002, 32 % en 2003, 30 % en 2004 ; l'évolution de la marge opérationnelle entre 2003 et 2004 a pour origine la baisse des principales devises de facturation par rapport à l'euro.

Le chiffre d'affaires de Louis Vuitton, dont la progression à taux de change constants par rapport à l'année précédente est à deux chiffres, a bénéficié du lancement de nouveaux produits et de l'extension de son réseau de boutiques.

Les lancements de nouveaux produits par Louis Vuitton ont été nombreux avec les sacs *Theda*, *Leonor*, *Monogram Multipoches* et *Damier Géant*, les nouvelles couleurs *Epi Myrtille* et *Taiga Grizzli*. En raison du succès de la montre *Tambour*, Louis Vuitton a étendu son offre horlogerie à la femme en lançant la montre *Lovely Pink* qui a connu un succès immédiat. La première collection de joaillerie, *Emprise*, a été lancée en septembre 2004. Globalement on constate une forte croissance des ventes des segments prêt-à-porter, souliers, accessoires et horlogerie.

Le réseau de boutiques de Louis Vuitton s'est enrichi de 23 nouvelles unités, les principales ouvertures ont concerné les villes ou pays suivants : Moscou Place Rouge, Milan, Taïpei, Cancun, Osaka, l'Afrique du Sud (Johannesburg), ainsi que 4 nouvelles boutiques en Chine Populaire ; les principaux agrandissements ou relocalisations ont concerné New York 5th Avenue, Londres Sloane Street et Shanghai Plaza 66.

Le montant global des loyers pour les magasins et boutiques en location est de 188 millions d'euros pour l'exercice 2004 (164 millions d'euros pour l'exercice 2003).

La progression des ventes de Louis Vuitton est particulièrement remarquable aux Etats-Unis, soit 30 % en dollar US, et en Asie (hors Japon), de 29 % à devises constantes.

Le résultat opérationnel de Louis Vuitton est en croissance par rapport à 2003 avec un ratio de profitabilité qui demeure très élevé.

Au cours de l'année 2004, Fendi a poursuivi le travail de refonte de son offre commerciale et de son organisation visant à améliorer l'innovation, la qualité et les marges de ses produits. Ainsi, trois nouvelles lignes de sacs ont été lancées au cours de cette année, dont les ventes se développent conformément aux

objectifs. Un nouvel accord de licence pour les lunettes a été signé au plan mondial. Le réseau de boutiques Fendi compte désormais 118 unités, les principales ouvertures ont concerné le Japon, la zone asiatique et le Moyen-Orient.

En 2004, Donna Karan International recueille les premiers résultats du recentrage de son activité sur les lignes de produits les plus rentables. Ainsi, le chiffre d'affaires des licences est en croissance sensible, de même les ventes de détail dans les magasins en propre sont en croissance à deux chiffres à surface comparable. Le travail d'amélioration des collections a permis de réduire de 7 le nombre de magasins de fins de série. Au total, à fin 2004, le nombre de boutiques en propre sous enseignes Donna Karan et DKNY s'établit à 28 unités.

Le chiffre d'affaires de Loewe est en croissance de 12 % à taux de change comparables, la profonde refonte de l'offre de sacs ayant été un facteur essentiel de cette progression. Les ventes de détail, de gros et les licences ont toutes contribué à cette croissance. Concernant les principaux marchés, l'Espagne est en croissance de 12 %, le Japon de 1 % en yen, et l'Asie de 36 %. A fin 2004, le réseau de boutiques sous enseigne Loewe compte 110 unités, les principales ouvertures ayant été réalisées en Asie.

Le chiffre d'affaires de Celine est en croissance de 21 % à taux de change comparables. Par marché, les progressions sont les suivantes : Europe : 26 %, Japon : 3 % (en yen), Asie : 30 %. Le rachat en 2004 à la société JCC de 50 % de l'activité de licences au Japon permet désormais à cette dernière de s'assurer un contrôle total de son activité. Le réseau de magasins s'est enrichi de 12 points de vente depuis le début de l'année pour s'établir à 112 magasins en propre.

Concernant Kenzo, la fermeture en 2004 de 14 boutiques non rentables a pesé sur le niveau des ventes. Le chiffre d'affaires de la société est en recul de 12 % par rapport à 2003. Le succès des premières collections d'Antonio Marras a permis de développer les ventes de la ligne « *Défilé* ». Le chiffre d'affaires des licences est en légère croissance par rapport à 2003.

Le réseau de vente détail géré en propre par Kenzo compte 37 boutiques à fin 2004.

Le chiffre d'affaires de Givenchy a progressé de 6 % à taux de change constants ; l'impact médiatique du premier défilé d'Ozwald Boateng a eu un effet favorable sur les ventes de gros des lignes masculines. Le chiffre d'affaires réalisé dans les boutiques en propre est en croissance de 13 % par rapport à 2003. Les ventes en yen sont stables au Japon et en croissance de 11 % en Asie.

Le réseau de boutiques à l'enseigne Givenchy s'est enrichi de 7 nouveaux points de vente pour atteindre 79 unités à fin 2004 dont 51 en Chine.

L'activité de Marc Jacobs est en forte croissance, le chiffre d'affaires progresse de 62 % en devises locales par rapport à 2003. Le réseau de boutiques en propre s'établit à 7 unités à fin 2004 après 3 ouvertures cette année aux États-Unis.

Le chiffre d'affaires de Thomas Pink est en légère croissance par rapport à 2003 à devises comparables. Suite à la fermeture de points de vente déficitaires, les ventes sont en baisse en Angleterre, alors qu'elles sont en croissance aux États-Unis. Le réseau de boutiques en propre s'est accru de 4 unités aux États-Unis alors que 3 fermetures ont été réalisées en Angleterre ; il atteint 37 boutiques à fin 2004. Thomas Pink a ouvert sa première franchise en Chine en 2004.

Berluti poursuit sa forte croissance, le chiffre d'affaires étant en hausse de 31 % à devises comparables. A fin 2004, le réseau s'établit à 10 magasins après une ouverture en 2004.

Le développement du chiffre d'affaires de Pucci reste très rapide; les ventes ont en effet doublé par rapport à 2003. La société gère en propre 15 boutiques, soit 5 unités supplémentaires par rapport à 2003, auxquelles s'ajoutent 3 points de vente en franchise.

La croissance du chiffre d'affaires de Rossimoda, spécialisée dans la fabrication et la distribution de souliers haut de gamme pour femmes, a été de 40 % en 2004.

e-Luxury, le site de vente de produits de luxe sur internet aux États-Unis voit ses ventes en dollar US progresser de 37 %.

La société Christian Lacroix affiche une baisse de 12 % de son chiffre d'affaires par rapport à 2003. Après la fermeture de 2 boutiques en 2003, 4 autres boutiques ont été fermées en 2004 ; à fin 2004 la société gère 3 boutiques en propre.

Dans les activités de Mode et Maroquinerie de luxe, LVMH est incontestablement leader mondial, en raison à la fois de l'image haut de gamme, 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

Dans le secteur d'activité de la maroquinerie de luxe, Louis Vuitton est numéro un au Japon devant Gucci et Hermès, et également numéro un aux États-Unis (source : comptes sociaux des sociétés citées).

1.3 Parfums et Cosmétiques

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------|-------|-------|
| Ventes par ligne de produits (en %) | | | |
| Parfums | 56 | 59 | 62 |
| Maquillage | 27 | 21 | 21 |
| Produits de soins | 17 | 20 | 17 |
| Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) | | | |
| France | 19 | 20 | 20 |
| Europe hors France | 41 | 38 | 35 |
| États-Unis | 9 | 13 | 19 |
| Japon | 8 | 8 | 7 |
| Asie hors Japon | 10 | 8 | 8 |
| Autres marchés | 13 | 13 | 11 |
| | 100 | 100 | 100 |
| Chiffre d'affaires (en millions d'euros) | 2 153 | 2 181 | 2 336 |
| Résultat opérationnel (en millions d'euros) | 181 | 178 | 161 |
| Marge opérationnelle (en %) | 8,5 | 8 | 7 |
| Investissements opérationnels (en millions d'euros) | 69 | 66 | 75 |
| Nombre de magasins | 43 | 39 | 40 |

Le groupe d'activité Parfums et Cosmétiques réalise un chiffre d'affaires de 2 153 millions d'euros en 2004, en baisse de 1 % par rapport à 2003, et en croissance de 4 % à devises et périmètre constants. Les variations de périmètre sont les suivantes : cession des licences américaines Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole en mai 2003, cession fin décembre 2003 de la marque américaine Bliss, présente dans les activités de ventes de cosmétiques et de spas.

Le résultat opérationnel du groupe Parfums et Cosmétiques s'établit à 181 millions d'euros, en croissance de 2 % par rapport à 2003. La marge opérationnelle s'améliore régulièrement passant de 7 % en 2002, à 8 % en 2003, et 8,5 % en 2004.

Deux lancements majeurs de parfums ont été réalisés au deuxième semestre 2004 : *Pure Poison* de Dior et *l'Instant de Guerlain pour Homme* ; ces deux nouveautés ont dépassé leurs objectifs de ventes, et ont permis également de renforcer l'ensemble des lignes *Poison* d'une part et *l'Instant de Guerlain* d'autre part.

Givenchy a également obtenu le succès avec notamment le lancement de *Givenchy pour Homme Blue Label*. *J'Adore* de Dior et *FlowerbyKenzo* ont confirmé leur statut de grands classiques dans le monde de la parfumerie.

Concernant l'axe maquillage, les trois maisons Parfums Christian Dior, Guerlain et Givenchy ont réalisé de très bonnes performances grâce notamment aux lignes *Dior Addict*, aux nouveaux fonds de teint de Dior, à la gamme *Divinora* de Guerlain, et à la ligne *Le Make Up* de Givenchy.

Au sein de l'axe soins, Kenzo poursuit le développement de la ligne *KenzoKi*, alors que *Capture First Action* de Parfums Christian Dior, dont la commercialisation a débuté au premier semestre 2004, s'affirme comme un grand succès.

Par marché, les ventes des quatre maisons françaises sont en croissance en Angleterre, au Japon et dans le travel retail ; stables en France et en Italie ; en baisse en Allemagne en raison de la morosité de l'économie de ce pays, ainsi qu'aux États-Unis où a été réalisé un programme de fermeture de portes les moins sélectives.

Le chiffre d'affaires de l'activité Parfums de la marque Loewe est en croissance de 15 % à devises constantes par rapport à 2003 ; 81 % du total de ce chiffre d'affaires est réalisé sur son marché domestique, avec cependant un développement rapide des ventes à l'international grâce notamment au lancement du parfum masculin *Solo* de Loewe.

Acqua Di Parma a réalisé une année 2004 en forte croissance : 33 % à devises comparables par rapport à 2003 ; la marque se développe dans des points de vente sélectifs, parfumeries et grands hôtels.

Aux États-Unis, BeneFit Cosmetics et Fresh poursuivent leur progression avec des ventes en hausse de respectivement 29 % et 53 % à devises constantes. BeneFit a fortement développé son activité en Grande-Bretagne, qui représente désormais 46 % de son chiffre d'affaires.

La restructuration du réseau de distribution de Make Up For Ever a pesé sur son chiffre d'affaires qui affiche par rapport à 2003 une baisse de 4 % à devises constantes.

Le chiffre d'affaires du groupe Laflachère, en baisse de 6 % par rapport à 2003, a pâti de la morosité du marché des grandes surfaces sur lesquels la société opère.

Le groupe d'activité Parfums et Cosmétiques commercialise ses produits à travers des parfumeries et des distributeurs sélectifs, mais également grâce à des boutiques gérées en propre pour certaines de ses marques. Ce réseau est ainsi constitué : Guerlain : 21 boutiques ; BeneFit, Fresh, Make Up For Ever et Acqua Di Parma respectivement six, dix, trois et une boutiques.

Parfums Kenzo a ouvert une boutique et un spa « *la bulle Kenzo* » en 2003 dans le quartier du Pont Neuf à Paris.

En terme de parts de marchés, l'ensemble des marques LVMH se positionne au troisième rang mondial de la parfumerie sélective après Estée Lauder et l'ensemble produits de luxe de L'Oréal (source : étude Eurostaf 2004).

En France, la part de marché globale des quatre maisons françaises s'établit à 20,6 % (source : Secodip 2004) soit le premier rang ; la part de marché sur le segment des seuls parfums est de 23,4 % (source : Secodip 2004), soit le premier rang également.

En Europe, parmi les trente premières marques européennes, Parfums Christian Dior est numéro deux, Guerlain numéro onze, Parfums Givenchy numéro dix huit et Parfums Kenzo arrivant au vingt et unième rang (source : European Forecasts 2003).

Aux États-Unis, le groupe d'activités est quatrième avec 4,2 % de part de marchés (source : NPD 2004).

1.4 Montres et Joaillerie

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|------|------|------|
| Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) | | | |
| France | 8 | 8 | 8 |
| Europe (hors France) | 25 | 28 | 29 |
| États-Unis | 22 | 22 | 23 |
| Japon | 16 | 16 | 14 |
| Asie (hors Japon) | 14 | 12 | 12 |
| Autres marchés | 15 | 14 | 14 |
| | 100 | 100 | 100 |
| Chiffre d'affaires (en millions d'euros) | 496 | 502 | 552 |
| Résultat opérationnel (en millions d'euros) | 13 | (48) | (13) |
| Marge opérationnelle (en %) | 3 | (10) | (2) |
| Investissements opérationnels (en millions d'euros) | 18 | 21 | 31 |
| Nombre de magasins | 55 | 47 | 39 |

Le chiffre d'affaires du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'établit à 496 millions d'euros, en baisse de 1 % par rapport à 2003 ; à taux de change et périmètre constants, la croissance est de 18 %. La variation de périmètre affectant la comparaison des chiffres sur ces deux années a pour origine la cession de la société Ebel début mars 2004.

Pour l'année 2004 et sur le segment des montres vendues au détail entre 400 et 4 000 euros, les sociétés Zenith, TAG Heuer et Dior Montres enregistrent une croissance globale de 14 % ; ces chiffres sont à comparer aux expéditions de l'ensemble de l'industrie horlogère suisse qui affichent une croissance de 8 % dans cette catégorie.

Le résultat opérationnel du groupe d'activités s'établit à 13 millions d'euros contre une perte de 48 millions d'euros en 2003. Outre l'effet positif sur les résultats de la cession de Ebel, la forte croissance des ventes des principales marques du groupe d'activités a permis le redressement du résultat opérationnel. La marge opérationnelle 2004 s'établit à 3 %.

L'année 2004 a confirmé le redressement des ventes de Tag Heuer constaté fin 2003, avec une croissance de 16 % à taux de change constant. Le succès du modèle *Formula 1* mais aussi des nouvelles *Link* et *2000* ont contribué à cette croissance. Les marchés les plus porteurs pour TAG Heuer sont les États-Unis avec une progression de 32 % en dollar US, la France avec 28 %, la Grande-Bretagne avec 7 % et l'Asie hors Japon qui affiche une progression de 7 %.

Le chiffre d'affaires de la Manufacture Zenith est en croissance de 28 % à devises constantes par rapport à 2003. Les nouveaux *Chronomaster* et la nouvelle ligne féminine *Star* sont les vecteurs majeurs de cette forte croissance des ventes. Zenith réussit une percée spectaculaire aux États-Unis avec un doublement de son chiffre d'affaires sur ce marché.

Les montres Dior affichent une croissance de 10 % à taux de change constants. Les croissances les plus remarquables sont réalisées au Japon, en Asie, aux États-Unis et en Grande-Bretagne.

Le chiffre d'affaires de Chaumet, en croissance de 21 % à devises constantes, bénéficie du développement des lignes *Liens* et *Class One*, du succès de la montre *Dandy* et de la collection *Frisson* de haute joaillerie, ainsi que du renforcement de son réseau de boutiques. Le réseau de boutiques à l'enseigne Chaumet s'est enrichi de 6 unités en 2004 pour atteindre 34 boutiques à fin 2004. Par marché, les progressions sont les suivantes : Europe 26 %, Japon 16 % en yen, Asie 41 %.

En 2004, Fred affiche une croissance sensible de son chiffre d'affaires à la fois dans sa boutique londonienne, et au Japon où la marque se développe rapidement. A fin 2004, Fred gère au total 13 points de vente en direct, dont 7 au Japon.

Le chiffre d'affaires d'Omas progresse très fortement par rapport à 2003. Bien qu'ayant sensiblement augmenté sa production notamment dans l'activité « Private Label », la société n'atteint pas l'équilibre d'exploitation.

En termes de parts de marchés, les Montres et Joaillerie occupent le quatrième rang mondial parmi les groupes opérant sur le marché des Montres et Joaillerie (source : Exane BNP Paribas). TAG Heuer pour sa part représente 11,5 % du volume mondial du segment des montres vendues entre 400 et 4 000 euros (source : Fédération de l'industrie horlogère suisse).

1.5 Distribution sélective

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Chiffre d'affaires par zone géographique de destination (en %) | | | |
| France | 27 | 29 | 26 |
| Europe (hors France) | 10 | 11 | 9 |
| États-Unis | 38 | 37 | 37 |
| Japon | 1 | 1 | 0 |
| Asie (hors Japon) | 20 | 17 | 23 |
| Autres marchés | 4 | 5 | 5 |
| | 100 | 100 | 100 |
| Chiffre d'affaires (en millions d'euros) | 3 378 | 3 039 | 3 337 |
| Résultat opérationnel (en millions d'euros) | 244 | 106 | 20 |
| Marge opérationnelle (en %) | 7 | 3 | 1 |
| Investissements opérationnels (en millions d'euros) | 182 | 114 | 75 |
| Nombre de magasins | 690 | 668 | 648 |

Le chiffre d'affaires du groupe Distribution sélective s'élève à 3 378 millions d'euros, en croissance de 11 % par rapport à 2003 ; en devises locales, la croissance est de 17 %.

Le résultat opérationnel du groupe Distribution sélective s'établit en 2004 à 244 millions d'euros, il était de 106 millions d'euros en 2003. L'amélioration des résultats de DFS et de Sephora sont les facteurs principaux de cette forte croissance. La marge opérationnelle évolue comme suit : 1 % en 2002, 3 % en 2003, 7 % en 2004.

Les ventes de DFS exprimées en devises locales sont en croissance de 23 % par rapport à 2003. Le rebond d'activité sur le travel retail constaté fin 2003 s'est amplifié au cours de l'année 2004. La parité yen/dollar est restée très favorable au tourisme japonais, alors que le tourisme chinois s'est fortement développé au profit des deux Gallerias de Hong Kong notamment. Au mois de décembre, DFS a ouvert une nouvelle Galleria dans l'île d'Okinawa, qui s'adresse spécifiquement à la clientèle japonaise. A fin 2004, DFS gère 154 points de vente dont 13 Gallerias.

Le chiffre d'affaires en dollar US de Miami Cruiseline Services progresse de 18 %. L'amélioration du taux de remplissage des bateaux de croisière constatée fin 2003 s'est poursuivie en 2004 ; de même, le montant des dépenses par passager s'est sensiblement accru.

En 2004, en devises locales, les ventes de Sephora ont progressé de 8 % en Europe et de 37 % en Amérique du Nord ; cette dernière région intègre à la fois le réseau de boutiques aux États-Unis, une première boutique au Canada et les ventes aux États-Unis et au Canada du site internet Sephora.com.

En Europe, les croissances de chiffres d'affaires les plus fortes concernent la France, la Pologne et la République Tchèque. Fin 2004, considérant le niveau de rentabilité actuel et potentiel en Grande-Bretagne, la décision a été prise de restructurer le réseau de magasins de ce pays.

Le réseau de distribution mondial de Sephora atteint 521 magasins fin 2004, en augmentation de 21 unités par rapport à 2003 ; les principaux pays étant dans l'ordre : la France avec 188 magasins, puis l'Italie, l'Amérique du Nord, les Balkans et la Pologne avec respectivement 106, 95, 45 et 42 magasins.

L'activité du Bon Marché progresse de 4 % par rapport à 2003, portée par les bonnes performances des départements mode femme et Balthazar. Les derniers travaux de rénovation commerciale se sont achevés à La Samaritaine avec l'ouverture en septembre 2004 du nouveau département homme.

Concernant les parts de marché, Sephora est numéro deux sur le marché français et européen derrière Marionnaud (source : comptes consolidés publiés par les groupes concurrents cotés). Aux États-Unis, Sephora n'a pas de concurrent sur ce segment de distribution.

Le Bon Marché et La Samaritaine réalisent 24 % des ventes des grands magasins parisiens.

1.6 Autres Activités et éliminations

Sont regroupés sous cette rubrique, le pôle Media géré par DI Group, l'activité du joint-venture De Beers LV consolidé par intégration proportionnelle à hauteur de 50 % à compter du 1^{er} janvier 2003, ainsi que les frais de siège. L'activité de l'Etude Tajan, cédée fin 2003, figurait également sous cette rubrique jusqu'à cette date.

Les frais de siège correspondent au solde des charges des sociétés Holdings non refacturées aux sociétés du Groupe.

Est également enregistrée dans cette rubrique l'élimination des ventes et marges sur stocks réalisées entre groupe d'activités.

Le chiffre d'affaires 2004 de DI Group affiche une baisse de 2 % par rapport à 2003 ; cette évolution est calculée hors échanges marchandises. La société System TV a été déconsolidée après cession, au mois de juillet 2004, l'effet de périmètre sur le chiffre d'affaires de DI Group étant négligeable.

Les deux titres principaux La Tribune et Investir ont été à nouveau affectés par la baisse des revenus de publicité, alors que le chiffre d'affaires de la diffusion est en légère croissance. La diffusion OJD de La Tribune a progressé de 0,4 % en moyenne sur l'année 2004.

Grâce au développement du Salon des Entrepreneurs, le chiffre d'affaires de SID Editions, éditeur du magazine Défis, est en croissance par rapport à 2003. Le chiffre d'affaires de Radio Classique est en baisse sensible.

Le résultat opérationnel de DI group reste négatif à un niveau proche de celui de 2004.

A fin 2004, De Beers LV gère une boutique à Londres et 3 « shop in shop » au sein de grands magasins japonais. Le chiffre d'affaires de ce joint-venture se développe conformément aux objectifs.

Le résultat opérationnel de l'ensemble est une perte de 153 millions d'euros en 2004, contre 161 millions d'euros en 2003.

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

2.1 Facteurs de risques généraux

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

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

Les marques constituant l'élément clé des activités du Groupe, leur protection juridique est une nécessité absolue, notamment pour la marque Louis Vuitton ; les marques, noms de produits, appellations,... sont déposés ou enregistrés afin d'assurer cette protection, que ce soit en France ou dans 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, en particulier en Europe et dans le Sud-Est Asiatique.

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

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

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

Le Groupe lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux, et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution ; cette lutte a représenté en 2004 un coût de 19,5 millions d'euros.

Le Groupe intervient sur des marchés fortement concurrentiels.

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

La concurrence sur ces marchés provient aussi de la concentration des réseaux de distribution, et de l'apparition de nouveaux acteurs. Ceci est vrai dans les activités Vins et Spiritueux, ou Parfums et Cosmétiques, qui sont caractérisés 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.

Les activités du Groupe 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 ; cette part est d'environ 30 %. Des événements imprévisibles sur les derniers mois de l'année peuvent ainsi affecter sensiblement le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

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, le pouvoir d'achat de la clientèle, ou la valeur des actifs d'exploitation localisés à l'étranger ; il s'agit aussi des évolutions économiques qui ne sont pas nécessairement simultanées d'un pays à l'autre ; il s'agit enfin des réglementations douanières ou restrictions à l'importation que peuvent imposer certains pays, et qui le cas

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

Il importe toutefois de souligner que, 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

- **Risques clients**

En raison de la nature des activités, une part importante des ventes réalisées par le Groupe ne donne pas lieu à risque clients ; il s'agit des ventes effectuées directement à notre clientèle par la Distribution sélective, par les activités de Mode et Maroquinerie, et dans une moindre mesure par les Parfums et Cosmétiques ; l'ensemble de ces ventes représente approximativement 55 % du chiffre d'affaires total de 2004.

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.

2.2.1 Réduction des risques industriels

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

Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux pour lequel 193 jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2004. Des plans de prévention et de protection intègrent, par ailleurs, la continuité des activités et les plans de secours.

2.2.2 Prévention des risques liés aux produits – Gestion de Crise

Au-delà de la sécurité industrielle, les sociétés du Groupe s'attachent à renforcer la sécurité et la traçabilité des produits. La méthode HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) est utilisée par les sociétés des branches Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques. Cette démarche vise notamment à renforcer la capacité d'anticipation et de réactivité en cas de rappel de produits. Une veille jurisprudentielle a également été mise en place afin de maîtriser la dérive des risques de responsabilité, notamment ceux pouvant affecter les marques du Groupe.

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

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

Depuis 2004, le Groupe s'est doté d'un outil de cartographie des risques permettant l'identification systématique de ses risques industriels, environnementaux et opérationnels sur la base d'un référentiel commun, et leur hiérarchisation met en évidence les risques majeurs à traiter en priorité. Cet outil d'information et d'alerte est aussi une aide à la décision puisque la mise en lumière des risques mais aussi des éventuelles faiblesses des processus de sécurisation et de protection permet aux dirigeants de mettre en œuvre des mesures correctives suffisamment en amont pour diminuer la probabilité de réalisation des risques identifiés.

2.3 Assurances et couvertures des risques

La politique de gestion des risques du groupe LVMH s'inscrit dans une démarche dynamique dont les principaux vecteurs sont :

- l'identification systématique et documentée des risques,
- l'organisation de la prévention et de la protection des biens industriels et des personnes,
- le déploiement d'un dispositif de gestion de crise et de plans de secours sur le plan international,
- un dispositif global de couverture financière visant à réduire les conséquences d'événements majeurs sur 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 de celui-ci n'est pas significatif. Les franchises à la charge des sociétés répondent notamment à une optimisation du rapport couverture/coût global du risque. Les coûts d'assurance supportés par les sociétés du Groupe sont inférieurs à 0,4 % du chiffre d'affaires consolidé.

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

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

2.3.1 Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation

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

Les garanties de dommages aux biens sont délivrées à hauteur des capitaux exposés, les garanties de pertes d'exploitation couvrent la marge brute des sociétés du Groupe sur une période d'indemnisation 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.

2.3.2 Assurance transport

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

2.3.3 Assurances responsabilité civile 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 Etats-Unis. Les niveaux de couverture sont conformes aux obligations légales imposées par les différents Etats.

2.3.4 Couvertures des risques spéciaux

La couverture des risques politiques, la responsabilité civile des mandataires sociaux, la couverture des actes de fraude et malveillance, des risques de catastrophes naturelles, des actes de terrorisme, des risques de pertes ou corruptions de données informatiques, des risques crédit ou risques liés à l'environnement et d'une manière générale, toutes les garanties exclues par les assureurs des programmes génériques, est assurée par des polices mondiales ou locales spécifiques.

3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

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

- L'accroissement significatif de la profitabilité des groupes d'activité Distribution sélective et Montres et Joaillerie, résultat de la rigueur de gestion observée depuis plusieurs années ; la concentration sur les marques les plus prometteuses, tant en terme de périmètre des marques que d'investissements opérationnels ; enfin, le développement du portefeuille de Vins et Spiritueux : en particulier, le Groupe a pris le contrôle de Millennium, qui commercialise les vodkas premium *Belvedere* et *Chopin*, et a lancé avec succès une Offre Publique d'Achat sur la société Glenmorangie, productrice du « single malt » éponyme. Devenue irrévocable et définitive en 2004, cette offre publique ne sera réglée, et l'acquisition ne deviendra effective, qu'en 2005. Le Groupe a par ailleurs rationalisé la structure de détention d'un certain nombre de marques en procédant au rachat d'intérêts minoritaires, notamment chez Fendi, chez Donna Karan et chez BeneFit Cosmetics. Il a aussi procédé à la cession d'Ebel et de divers biens immobiliers. Grâce aux fonds substantiels générés en 2004 par l'exploitation, la dette financière nette a été une nouvelle fois réduite en 2004, passant de 5 427 millions d'euros fin 2003 à 5 074 millions d'euros fin 2004.
- L'amélioration de la structure financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - l'accroissement sensible des capitaux propres ;
 - la diminution de l'endettement brut comme de l'endettement net ;
 - l'accroissement 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 crédit confirmés ;
 - 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 surtout celle 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 long terme de l'endettement du Groupe, avec le lancement en juillet d'une émission obligataire publique d'un montant nominal de 600 millions d'euros et d'une maturité de 7 ans.
- Le développement de la communication financière crédit, aux cotés 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.
- L'amélioration des conditions juridiques des emprunts du Groupe : la syndication bancaire d'un montant de 650 millions de dollars et d'une durée de 5 ans réalisée en septembre a pu se dispenser de tout engagement de respect de ratios financiers. Il subsiste néanmoins de tels engagements, relatifs à des financements anciens. En pratique, tous ces engagements portent désormais sur la couverture de la dette nette par les flux financiers de l'année, à l'instar de ce qui avait été convenu lors du crédit syndiqué de décembre 2002. Le niveau actuel de ce ratio est très éloigné du seuil critique, de telle sorte que le Groupe dispose d'une forte flexibilité financière au regard de ces engagements.
- Le maintien d'une politique de placement équilibrée. Le montant des disponibilités a augmenté au cours de l'exercice, en prévision du règlement de l'acquisition de Glenmorangie, tandis que le montant des valeurs mobilières de placement diminuait légèrement. La part, restreinte, des placements visant une rentabilité plus élevée que celle d'un placement monétaire moyennant un risque supplémentaire limité, a eu en moyenne au cours de l'année 2004 une performance conforme aux attentes et a été légèrement diminuée.
- La diminution des frais financiers. Les frais financiers nets diminuent sensiblement en 2004 : ils atteignent 197 millions d'euros, contre 233 millions d'euros en 2003, soit une baisse de 15 %. Cette diminution résulte en premier lieu de la baisse d'environ 10 % de la dette financière nette moyenne, et en second lieu de celle des taux d'intérêt. Le Groupe a pu continuer à bénéficier des taux d'intérêt peu élevés en 2004 grâce à une politique de gestion accordant une très large place aux emprunts à taux variable, associés le plus souvent 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 2004 de 0,25 euro dès décembre 2004 ;
 - versement d'un dividende par action de 0,95 euro pour l'exercice, en progression de 11,8 % par rapport à l'année précédente. Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 465 millions d'euros au titre de l'exercice 2004, avant effet des actions auto-détenues.

3.1 Risques de marché

3.1.1 Exposition aux risques de change

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

3.1.2 Exposition aux risques de taux

L'exposition du Groupe au risque de taux peut être évaluée par le montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 5,1 milliards d'euros environ au 31 décembre 2004. La dette brute est à hauteur de 35 % à taux fixe, à hauteur de 51 % à taux variable plafonné par caps, et à hauteur de 14 % à taux variable.

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

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

3.1.3 Exposition aux risques des marchés actions

L'exposition du Groupe aux risques des marchés actions est essentiellement liée aux actions LVMH auto détenues, principalement en couverture des plans de stock-options, et à sa participation dans la société Bouygues. 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.

3.1.4 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 0,9 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,5 milliard d'euros. Au regard du non renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,9 milliards d'euros.

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

3.1.5 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 2004 s'est élevée à 2 137 millions d'euros, contre 1 949 millions un an plus tôt, soit une progression de 10 %.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 174 millions d'euros. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie à hauteur de 239 millions d'euros, du fait principalement de la reconstitution des stocks de Louis Vuitton, Hennessy, et Sephora US. Les postes clients sont gérés de façon rigoureuse et contribuent positivement pour 38 millions d'euros à la variation de trésorerie.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est largement positive, atteignant 1 963 millions d'euros.

Le solde net des opérations d'investissement – acquisitions et investissements opérationnels – et des cessions se traduit par un décaissement de 958 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe constituent un débours de trésorerie de 628 millions d'euros. Ce montant illustre les perspectives de croissance du Groupe, dans un esprit de sélectivité, et la concentration sur le développement des réseaux de magasins du Groupe, à commencer par celui de

Louis Vuitton, ainsi que l'ouverture de la Galleria de DFS à Okinawa.

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 246 millions d'euros, et le solde des incidences des variations du périmètre de consolidation un montant de 244 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 atteint 197 millions d'euros, l'achat de 30 % de Millennium 82 millions, et l'achat de 9 % de Donna Karan et de 10 % de BeneFit Cosmetics 56 millions. En sens inverse, le Groupe a perçu le produit de la cession d'Ebel.

Les cessions d'actifs immobilisés (actifs non financiers et titres de participation non consolidés) ont eu un effet positif sur la trésorerie de 160 millions d'euros. Cette somme résulte principalement de la cession de titres Bouygues et d'actifs immobiliers.

Les acquisitions de titres LVMH effectuées par le Groupe, nettes des cessions, ont représenté au cours de l'année un débours de trésorerie de 131 millions d'euros.

Les dividendes versés en 2004 par la société mère LVMH, hors quote part revenant aux actions d'autocontrôle, se sont élevés à 412 millions d'euros, dont 295 millions d'euros distribués en mai au titre du solde du dividende 2003 et 117 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2004. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 109 millions d'euros ; il s'agit pour l'essentiel de Diageo au titre de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy.

Les excédents de trésorerie, après toutes opérations de gestion, d'investissement, et après versement des dividendes, ont ainsi atteint 354 millions d'euros.

Des emprunts et des dettes financières ont été amortis pour un montant de 1 687 millions d'euros, supérieur à celui des nouveaux emprunts et dettes financières.

Les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 1 529 millions d'euros. Le Groupe a notamment procédé en juillet à une émission obligataire publique à 7 ans d'un montant nominal de 600 millions d'euros. En outre, LVMH a continué à diversifier la base de ses investisseurs 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 671 millions d'euros.

La réduction de la dette a porté sur la dette financière long terme comme sur la dette financière court terme, l'encours des

émissions de billets de trésorerie en fin d'année restant à peu près stable d'un exercice à l'autre.

A l'issue des opérations de l'année 2004, la trésorerie s'élève à 801 millions d'euros.

3.3 Structure financière

En 2004, LVMH a poursuivi l'amélioration de sa structure financière et a atteint l'objectif, fixé il y a trois ans, d'un ratio dette nette sur fonds propres d'environ 50 %. L'importance du résultat net et des liquidités générées par l'activité opérationnelle ont permis de réaliser cet objectif.

Le total du bilan consolidé de LVMH s'élève au 31 décembre 2004 à 20 497 millions d'euros, soit un montant quasiment inchangé par rapport au 31 décembre 2003.

L'actif immobilisé représente 12 207 millions d'euros, contre 12 619 millions fin 2003 ; il atteint ainsi 60 % du total du bilan, contre 61 % un an plus tôt.

Les immobilisations incorporelles baissent, à 7 059 millions d'euros contre 7 312 millions fin 2003. Les marques et autres immobilisations incorporelles représentent 3 837 millions d'euros contre 3 902 millions un an plus tôt, du fait principalement des effets de la baisse du dollar contre l'euro au cours de l'année 2004. Les écarts d'acquisition après amortissement diminuent eux aussi, à 3 222 millions d'euros contre 3 410 millions fin 2003, malgré l'achat de 30 % de Millennium et de certains des minoritaires de Fendi, de Donna Karan et de BeneFit Cosmetics, en raison de l'amortissement régulier des écarts d'acquisition.

Les immobilisations corporelles, après amortissement, augmentent légèrement, à 3 760 millions d'euros contre 3 668 millions fin 2003. Cette hausse résulte des investissements opérationnels réalisés, principalement concentrés sur les réseaux de magasins de Louis Vuitton, DFS et Sephora, et partiellement contrebalancés par les cessions opérées et par les effets de l'appréciation de l'euro.

Les immobilisations financières diminuent légèrement, à 1 388 millions d'euros, contre 1 639 millions un an auparavant, du fait de la cession d'une fraction de la participation dans Bouygues, et du reclassement dans l'actif circulant de titres LVMH détenus en couverture de plans d'options d'achat.

Les stocks progressent légèrement, à 3 513 millions d'euros, contre 3 415 millions au 31 décembre 2003. Cette évolution reflète la poursuite de la reconstitution des stocks de Louis Vuitton et d'Hennessy, malgré la vigueur des ventes en fin d'année et l'effet favorable des variations de change.

Les disponibilités et valeurs mobilières de placement augmentent elles aussi légèrement à 1 228 millions d'euros,

contre 1 054 millions un an plus tôt, en prévision du règlement de l'acquisition de Glenmorangie début janvier 2005.

Les capitaux propres part du Groupe, avant affectation du résultat, progressent sensiblement à 7 478 millions d'euros, contre 7 034 millions fin 2003, grâce à la croissance de 40 % du résultat net part du Groupe. Les intérêts minoritaires restent stables, à 1 697 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 part des minoritaires de LVMH dans le résultat de l'année, nette des dividendes qui leur ont été versés.

Le total des capitaux propres, avant affectation du résultat, s'établit à 9 175 millions d'euros, représentant 45 % du total de bilan.

Le passif à moyen et long terme s'élève à fin décembre à 5 389 millions d'euros, dont 4 128 millions au titre de la dette financière. Sa part relative dans le total de bilan est en légère diminution, à 26 % de celui-ci.

Les capitaux permanents atteignent 14 564 millions d'euros, et dépassent le montant des actifs immobilisés.

Le passif à court terme s'établit à 5 933 millions d'euros au 31 décembre 2004, contre 6 118 millions fin 2003, les dettes financières à court terme variant peu à 2 174 millions d'euros, contre 2 116 millions un an plus tôt. Sa part dans le total de bilan reste stable, à 29 % de celui-ci.

La dette financière à court et à long terme, nette des placements et des disponibilités, ressort au 31 décembre 2004 à 5 074 millions d'euros. Elle représente 55 % du montant des capitaux propres, contre 62 % au 31 décembre 2003. Après déduction de la valeur de marché de la participation dans Bouygues, la dette financière nette s'élève à 4 604 millions d'euros, soit 50 % des capitaux propres.

La politique de réduction de la dette financière a ainsi atteint en 2004 l'objectif annoncé en terme de ratio de dette nette sur fonds propres, après déduction de la valeur de marché des participations liquides.

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

Les lignes de crédit confirmées s'élèvent à plus de 4,3 milliards d'euros. Elles ne sont tirées qu'à hauteur de 0,5 milliard. Les lignes de crédit confirmées non tirées excèdent donc substantiellement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2004 atteint 513 millions d'euros.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

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

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

4.1 Dépenses de communication

Sur les trois derniers exercices, les investissements en dépenses de communication ont représenté pour le Groupe dans son ensemble les montants suivants, en valeur absolue et en pourcentage du chiffre d'affaires :

| | en millions d'euros | en % du chiffre d'affaires |
|------|---------------------|-------------------------------|
| 2002 | 1 443 | 11,4 |
| 2003 | 1 409 | 11,8 |
| 2004 | 1 449 | 11,5 |

Ces frais correspondent essentiellement au coût des campagnes publicitaires, notamment pour les lancements des nouveaux produits, aux opérations de relations publiques, et aux frais des équipes marketing en charge de la publicité et de la promotion.

4.2 Recherche et développement

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

| | en millions d'euros |
|------|---------------------|
| 2002 | 36 |
| 2003 | 38 |
| 2004 | 38 |

4.3 Moyens de production et réseau de distribution

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

Au-delà des investissements dans les domaines de la communication et des frais de recherche et développement, les investissements opérationnels concernent l'amélioration et

le développement des réseaux de distribution ainsi que la mise en œuvre des moyens de production adéquats.

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

En 2004, les investissements opérationnels ont concerné le développement de réseaux de boutiques essentiellement celui de Louis Vuitton avec l'ouverture de 26 magasins, et celui de Sephora avec l'ouverture de 28 magasins, ainsi que la nouvelle Galleria de DFS sur l'île d'Okinawa au Japon. Les autres investissements importants ont concerné des acquisitions de barriques et de cuves de stockage et d'assemblage dans l'activité Vins et Spiritueux, ainsi que des travaux de réaménagements des surfaces commerciales du Bon Marché et de La Samaritaine.

Les montants d'investissements opérationnels (acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles) pour les trois derniers exercices sont les suivants, en valeur absolue et en pourcentage de la capacité d'autofinancement du Groupe :

| | en millions d'euros | en % de la capacité d'autofinancement |
|------|---------------------|--|
| 2002 | 559 | 36,8 |
| 2003 | 578 | 29,7 |
| 2004 | 628 | 29,4 |

5. DONNÉES SOCIALES

5.1 Effectif

L'effectif moyen du groupe LVMH en 2004 est de 56 509 personnes, dont plus de 65 % hors de France ; ce chiffre recouvre les personnes sous contrats à durée déterminée ou indéterminée.

Répartition par groupe d'activités

| | Nombre | % |
|------------------------|---------------|--------------|
| Vins et Spiritueux | 4 919 | 8,7 |
| Mode et Maroquinerie | 17 652 | 31,2 |
| Parfums et Cosmétiques | 13 188 | 23,3 |
| Montres et Joaillerie | 1 937 | 3,4 |
| Distribution sélective | 17 929 | 31,7 |
| Autres | 884 | 1,6 |
| Total | 56 509 | 100,0 |

Répartition par zone géographique

| | Nombre | % |
|------------------|---------------|--------------|
| France | 19 391 | 34,3 |
| Europe | 11 167 | 19,8 |
| Amérique du Nord | 10 936 | 19,4 |
| Amérique du Sud | 1 651 | 2,9 |
| Asie Pacifique | 8 943 | 15,8 |
| Japon | 4 421 | 7,8 |
| Total | 56 509 | 100,0 |

Répartition des personnels France par catégories socio-professionnelles

| | % |
|-----------------------------------|--------------|
| Cadres | 20,3 |
| Techniciens et Agents de Maîtrise | 14,6 |
| Employés | 38,2 |
| Ouvriers | 26,9 |
| Total | 100,0 |

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 2004 ont concerné 2 042 personnes sous contrats à durée indéterminée et 4 690 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 | 22,2 |
| Mode et Maroquinerie | 11,1 |
| Parfums et Cosmétiques | 13,2 |
| Montres et Joaillerie | 1,1 |
| Distribution sélective | 51,6 |
| Autres activités | 0,9 |
| Total | 100,0 |

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, 933 départs de salariés en contrat à durée indéterminée ont été enregistrés en 2004, dont 36 % 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.

15 500 salariés étaient concernés en 2004 par une ou plusieurs formes d'aménagement du temps de travail ; parmi celles-ci :

| | % |
|--|------|
| Salariés avec horaires variables / aménagés | 50,5 |
| Salariés ayant bénéficié de repos compensateur | 16,2 |
| Salariés à temps partiel : moins de 20 heures | 4,6 |
| Salariés à temps partiel : entre 20 et 30 heures | 9,2 |
| Salariés à temps partiel : plus de 30 heures | 1,8 |
| Salariés en 2 x 8 sur toute l'année | 4,9 |
| Salariés en 2 x 8 sur une courte période | 8,5 |
| Salariés travaillant de nuit | 0,4 |
| Bénéficiaires de congé de fin de carrière | 0,4 |
| Bénéficiaires de congé parental | 3,4 |

5.5 Absentéisme

Le taux d'absentéisme pour les contrats à durée déterminée et indéterminée est de 6,9 % en France.

5.6 Rémunération et évolution

En France, la rémunération brute moyenne mensuelle en 2004 des salariés sous contrat à durée indéterminée, présents tout au long de l'année, est la suivante :

| (en euros) | Effectif concerné En % |
|------------------|---------------------------|
| moins de 1 500 | 26,2 |
| de 1 501 à 2 250 | 30,7 |
| de 2 251 à 3 000 | 19,3 |
| plus de 3 000 | 23,8 |
| Total | 100,0 |

5.7 Charges sociales et main d'œuvre extérieure en France

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est relativement faible puisqu'il représente 10,1 % du total des frais de personnel, ou 16,42 % de la masse salariale.

(en millions d'euros)

| | |
|---|--------------|
| Masse salariale brute - | |
| contrats à durée déterminée ou indéterminée | 581,5 |
| Charges sociales patronales | 272,7 |
| Travail temporaire | 44,8 |
| Mise à disposition de personnel par des prestataires extérieurs | 50,8 |
| Total frais de personnel | 949,8 |

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 en 2004 un montant total de 68,5 millions d'euros.

(en millions d'euros)

| | |
|--------------------------------|-------------|
| Participation | 43,4 |
| Intéressement | 20,8 |
| Abondement aux plans d'épargne | 4,3 |
| Total | 68,5 |

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

5.9 Égalité professionnelle

Les sociétés du groupe LVMH présentent un pourcentage significatif de personnel féminin. En France, les femmes représentent 66 % de l'ensemble du personnel du Groupe sous contrats à durée indéterminée.

Pourcentage de femmes en contrats à durée indéterminée en France, selon les catégories socio-professionnelles

| | % |
|-----------------------------------|-------------|
| Cadres | 53,6 |
| Techniciens et Agents de Maîtrise | 66,7 |
| Employés | 74,8 |
| Ouvriers | 64,8 |
| Total | 66,3 |

Cette répartition entre hommes et femmes se constate également dans le domaine du recrutement. Ainsi, en France, sur les 2 320 personnes recrutées en 2004, 69,4 % sont des femmes. Leur répartition selon les catégories socio-professionnelles est la suivante :

| | % |
|-----------------------------------|-------------|
| Cadres | 53,2 |
| Techniciens et Agents de Maîtrise | 68,3 |
| Employés | 75,5 |
| Ouvriers | 68,0 |
| Total | 69,4 |

En France, les femmes représentent 68 % des participants aux sessions de formation.

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 2004, les représentants du personnel ont participé à plus de 1 300 réunions :

| Nature des réunions | Nombre |
|---------------------------------|--------------|
| Comité d'Entreprise | 552 |
| Délégué du personnel | 371 |
| Comité d'Hygiène et de Sécurité | 214 |
| Autres | 195 |
| Total | 1 332 |

Ces réunions ont notamment permis la signature de 80 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 2004, il a été dénombré en France 553 accidents de travail ou de trajets avec arrêt de travail, qui se sont traduits par 14 174 journées de travail perdues.

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

| | Nombre d'accidents |
|------------------------|--------------------|
| Vins et Spiritueux | 128 |
| Mode et Maroquinerie | 61 |
| Parfums et Cosmétiques | 138 |
| Montres et Joaillerie | 2 |
| Distribution sélective | 221 |
| Autres | 3 |
| Total | 553 |

9,8 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 1,7 % de la masse salariale brute.

Plus de 4 200 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 2004 par les sociétés du Groupe en France a représenté un montant de 24,8 millions d'euros, soit 4,3 % de la masse salariale. L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein a été de 1 300 euros.

Ce montant a permis la réalisation de 48 800 journées de formation. Deux tiers des salariés ont bénéficié d'au moins un jour de formation au cours de l'année. Le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 2,6 jours.

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 1,9 % de l'effectif total. Les prestations sous-traitées en France à des Centres d'Aide par le Travail ont représenté un montant de 2,6 millions d'euros.

5.14 Œuvres sociales

En 2003, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de 9,8 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 77 millions d'euros. Dans ce cadre, il a été procédé aux versements suivants :

| (en millions d'euros) | |
|---------------------------------------|-------------|
| Décès, invalidité | 7,2 |
| Retraites | 43,7 |
| Mutuelles | 7,8 |
| Frais de restauration du personnel | 8,5 |
| Subventions aux Comités d'Entreprises | 9,8 |
| Total | 77,0 |

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.

Plusieurs sociétés du groupe ont mis en place des chartes fournisseurs et des codes de bonne conduite. Par exemple Moët & Chandon signe avec ses sous-traitants un cahier des charges qui concerne entre autres le respect de l'environnement, le respect des règles du droit du travail et le respect de l'âge légal du travail. Des audits sont effectués auprès des fournisseurs. Sephora inclut entre autres le respect des droits des salariés, le non-travail des enfants, la non-discrimination, le respect du temps de travail et de l'environnement dans les cahiers des charges de ses fournisseurs. Louis Vuitton a mis en place une démarche d'audits sociaux basée sur le respect des réglementations locales et des réglementations internationales

du droit du travail telles que définies par l'OIT. Donna Karan International a conçu un « Vendor Compliance Program » qui établit des standards en particulier en matière éthique et du droit des personnels. La société procède à des audits et a créé en 2004 un programme de formation sur ce sujet. TAG Heuer demande à tous ses nouveaux fournisseurs étrangers un engagement écrit qu'il se conforme à la norme SA 8000 qui se base sur les conventions de l'OIT : non-travail des enfants, non discrimination, liberté d'association, conditions de travail, santé et sécurité. Les sociétés Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy et Guerlain ont mis en place des cahiers des charges comportant la conformité aux dispositions de la norme SA 8000.

(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 2004.

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. Louis Vuitton a des accords visant l'insertion de personnes en longue maladie au sein de ses ateliers. Plus de 200 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, est un pilier d'une doctrine de responsabilité à laquelle souscrivent l'ensemble des sociétés du Groupe.

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

6. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

6.1 Périmètre de reporting des indicateurs environnementaux

Le reporting des indicateurs environnementaux, mis en place en 1999 dans quelques sociétés, couvre en 2004 le périmètre suivant :

- les sites de production et les entrepôts détenus et/ou exploités par les sociétés que le Groupe détient à plus de 50 % ou sur lesquels est exercé un contrôle opérationnel ;
- les magasins français de Sephora, La Samaritaine, Le Bon Marché, Louis Vuitton et les magasins principaux de DFS et Fendi ;
- les principaux sites administratifs situés en France ;
- les flottes de véhicules propriété du Groupe en France, utilisées pour les déplacements du personnel.

En 2004 le reporting porte sur 381 sites (365 sites en 2003) ; 24 sites du périmètre sont encore exclus, leurs impacts sur l'environnement étant toutefois non significatifs à l'échelle du Groupe.

Les évolutions du périmètre par rapport à 2003 proviennent :

- de la non prise en compte des sites administratifs et de production des sociétés cédées ou en cours de cession au 31 décembre 2004, ou des activités déménagées ;
- de l'intégration de 36 sites : 4 entrepôts (Louis Vuitton, DFS, Kami) et 32 magasins (DFS, Louis Vuitton, Fendi).

Le reporting de 2004 n'intègre pas :

- les impacts sur l'environnement (eau, énergie) des bâtiments administratifs et des magasins exploités directement ou en franchise par les activités Parfums et Cosmétiques ainsi que Mode et Maroquinerie non mentionnés précédemment,
- les flottes de véhicules propriété du Groupe hors France et utilisées pour les déplacements du personnel,
- les consommations d'énergie liées aux transports de marchandises exclusivement réalisés par des prestataires extérieurs,
- les sociétés détenues à moins de 50 % ou sur lesquelles le Groupe n'exerce pas de contrôle opérationnel.

Par rapport au périmètre du reporting financier, le périmètre environnement couvre en 2004 :

- 92 % en nombre des sites de production, entrepôts et sites administratifs du Groupe,
- 40 % en surface de la totalité des surfaces de vente du Groupe.

L'objectif est de couvrir à terme l'intégralité de ce périmètre.

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 pour les 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 générant des eaux usées.
- besoins agricoles : utilisation de l'eau à des fins d'irrigation de vignes hors de France, l'irrigation n'étant pas pratiquée en France ; dans ce cadre, l'eau est prélevée directement dans le milieu naturel pour être utilisée en irrigation ; son niveau d'utilisation d'une année sur l'autre est étroitement lié aux variations climatiques.

| (en m ³) | 2004 | 2003 | % évolution |
|----------------------|-----------|---------------|-------------|
| Besoins process | 1 683 937 | 1 710 389 (a) | (2) |
| Besoins agricoles | 7 445 085 | 6 329 847 (b) | 15 |

(a) chiffres 2003 retraités.

(b) après prise en compte en 2003 des consommations d'eau pour irrigation de Bodegas Chandon (Argentine).

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a diminué de 2 % en valeur absolue entre 2003 et 2004, malgré l'augmentation du périmètre de reporting. Elle atteint environ 1,7 million de m³. A titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les prélèvements d'eau représentent environ 3,7 milliards de m³ (données IFEN, 1999).

Chez Moët & Chandon, grâce au nouveau centre de pressurage inauguré durant les vendanges 2004, pour un kilogramme de raisins pressurés il n'est plus utilisé que 0,2 litre d'eau ; ce résultat a été obtenu notamment via l'installation d'équipements de nettoyage automatique des pressoirs, des caisses de vendange et des sols.

Chez Parfums Givenchy, sur les cuves de fabrication de cosmétiques, l'installation d'une boucle de refroidissement à la place d'un refroidissement à eau perdue a réduit de 40 % la facture d'eau du site.

Chez Veuve Clicquot, la consommation d'eau sur l'ensemble des sites a diminué de plus de 50 % en 6 ans, alors que le niveau d'activité a augmenté. Cette diminution correspond à une amélioration de performance, en particulier à partir de 2003, année où les programmes de sensibilisation ont débuté.

| (en m ³) | Besoins process | % évolution |
|------------------------|------------------|-------------|
| Vins et Spiritueux | 569 036 | (17) |
| Parfums et Cosmétiques | 482 957 | 9 |
| Mode et Maroquinerie | 122 807 | (8) |
| Montres et Joaillerie | 14 367(*) | (72) |
| Distribution sélective | 474 723 | 10 |
| Holding | 20 047 | (11) |
| Total | 1 683 937 | (2) |

(*) La diminution des besoins process des Montres & Joaillerie est due à l'évolution du périmètre.

L'utilisation de l'eau est absolument nécessaire à la vie des pieds de vignes en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande. L'irrigation est étroitement encadrée par les autorités locales qui délivrent des autorisations 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, Bodegas Chandon Argentina ; en Californie, réutilisation d'eaux usées retraitées chez Domaine Chandon Carneros et récupération d'eaux de ruissellement par la création de lacs artificiels chez Newton.
- mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau : analyses de l'humidité du sol, des feuilles, inspections visuelles des vignes, adaptation de l'approvisionnement selon les besoins de chaque parcelle (Domaine Chandon Australie),
- pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte : entre 73 et 100 % des surfaces viticoles 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 production a lieu sur les sites du Groupe : fioul, butane, propane, gaz naturel) et en externe (c'est-à-dire dont la production se fait hors site : électricité, vapeur).

En 2004, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 389 673 MWh répartis entre les sources suivantes : 63 % en électricité, 27 % en gaz naturel, 4 % en fioul et 6 % en autres sources (vapeur, butane ou propane). Cette consommation provient en ordre décroissant des activités Distribution sélective (30 %), Vins et Spiritueux (28 %), Parfums et Cosmétiques (22 %), Mode et Maroquinerie (16 %). Les 4 % restants sont générés par les Montres et Joaillerie et l'activité administrative de la holding.

A titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité et de gaz naturel sont de 129 000 000 MWh (données MINEFI, 2001).

| Consommation d'énergie en MWh | 2004 | 2003 | % évolution |
|-------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Vins et Spiritueux | 109 836 | 101 110 | 8 |
| Parfums et Cosmétiques | 87 185 | 104 707 | (20) |
| Mode et Maroquinerie | 62 334 | 54 120 | 11 |
| Montres et Joaillerie | 7 430 | 8 771 | (18) |
| Distribution sélective | 115 936 | 87 519 | 25 |
| Holding | 6 953 | 5 185 | 25 |
| Total | 389 673 | 361 411 | 6 |

Pour 2004, la répartition des sources d'énergie est la suivante :

| (en MWh) | Gaz | | | |
|------------------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| | Electricité | naturel | Fioul | Autres |
| Vins et Spiritueux | 49 420 | 40 965 | 13 826 | 5 625 |
| Parfums et Cosmétiques | 43 419 | 43 162 | 604 | – |
| Mode et Maroquinerie | 34 874 | 19 369 | 1 257 | 6 834 |
| Montres et Joaillerie | 3 241 | 2 780 | 1 409 | – |
| Distribution sélective | 106 791 | 68 | 5 | 9 071 |
| Holding | 5 818 | – | 34 | 1 101 |
| Total | 243 563 | 106 344 | 17 135 | 22 632 |

6.2.3 Consommations de matières premières :

Le critère significatif et pertinent retenu pour l'analyse de la consommation de matières premières est la quantité, en tonnes, d'emballages primaires et secondaires mis sur le marché à destination des consommateurs :

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

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

Le tableau ci-dessous présente l'évolution du poids des emballages mis sur le marché en 2003 et 2004 :

| Emballages mis sur le marché (en tonnes) | 2004 | 2003 | % évolution |
|--|----------------|----------------|-------------|
| Vins et Spiritueux | 113 607 | 106 113 | 7 |
| Parfums et Cosmétiques | 19 673 | 18 988 | 3 |
| Mode et Maroquinerie | 2 576 | 2 533 | 2 |
| Montres et Joaillerie | 228 | 214 | 6 |
| Distribution sélective | 1 451 | 576 | 57 |
| Total | 137 535 | 128 424 | 7 |

En 2004, la répartition du poids total d'emballages consommés, par type de matériau, est la suivante :

| (en tonnes) | Verre | Papier-carton | Plastiques | Métal | Autres matériaux d'emballages |
|------------------------|----------------|---------------|--------------|--------------|-------------------------------|
| Vins et Spiritueux | 101 358 | 10 119 | 413 | 885 | 832 |
| Parfums et Cosmétiques | 8 475 | 5 308 | 4 937 | 831 | 122 |
| Mode et Maroquinerie | – | 2 457 | 3 | 80 | 35 |
| Montres et Joaillerie | 1 | 190 | 16 | 9 | 14 |
| Distribution sélective | 30 | 1 223 | 197 | 1 | – |
| Total | 109 864 | 19 297 | 5 566 | 1 806 | 1 003 |

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

6.3.1 Utilisation des sols

Les pollutions du sol liées aux implantations industrielles anciennes (élaboration du cognac et du champagne, fabrication des malles) ne sont pas significatives. Les sites de production plus récents sont généralement implantés sur d'anciennes terres agricoles sans pollution provenant du passé. Enfin, les activités de production 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 encore développée cette année. Au-delà du cadre de son propre vignoble, en totalité en viticulture raisonnée, Veuve Clicquot continue à associer ses fournisseurs de raisin à cette démarche : depuis cinq ans, tous les livreurs 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 vigneron travaillant avec Veuve Clicquot. Comme l'année passée, 80 % des surfaces viticoles sont ainsi couvertes.

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

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

Les émissions de gaz à effet de serre estimées en tonne équivalent CO₂ (dioxyde de carbone) proviennent de la consommation d'énergie des sites, définie dans le paragraphe 6.2.2. Elles incluent les émissions directes (combustion sur site) et les émissions indirectes (provenant de la production d'électricité utilisée par les sites). Leur répartition par secteur d'activité est la suivante :

| (en tonne équivalent CO ₂) | Émissions de CO ₂ en 2004 | Évolution par rapport à 2003 (%) | Émissions de CO ₂ directes | Émissions de CO ₂ indirectes |
|--|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|---|
| Vins et Spiritueux | 18 869 | (3) | 13 228 | 5 640 |
| Parfums et Cosmétiques | 12 084 | (30) | 8 871 | 3 213 |
| Mode et Maroquinerie | 11 420 | 4 | 5 795 | 5 625 |
| Montres et Joaillerie | 1 171 | (53)(*) | 936 | 235 |
| Distribution sélective | 29 594(*) | 70(*) | 15 | 29 579 |
| Holding | 650 | 30 | 9 | 641 |
| Total | 73 788 | 22 | 28 855 | 44 933 |

(*) la diminution des émissions des Montres & Joaillerie et l'augmentation des émissions de la Distribution sélective sont dues à l'évolution du périmètre. Les sites de DFS contribuent de façon importante au chiffre des émissions de gaz à effet de serre du fait de leur localisation géographique : à consommation d'électricité égale, les émissions de CO₂ sont proportionnellement plus élevées en Australie, Chine et Nouvelle Zélande qu'en France, où sont concentrés tous les autres sites du secteur inclus dans le périmètre 2004 ; à périmètre constant, les émissions de CO₂ du secteur Distribution sélective ont diminué de 19 % entre 2003 et 2004.

Hennessy a continué à privilégier le transport de ses produits par bateau et par rail, un mode de transport qui émet 85 fois moins de gaz à effet de serre que l'avion : 90,1 % en tonnes.kilomètres des produits Hennessy ont été ainsi expédiés par ce mode de transport, 7 % par la route, 2,4 % par le rail et 0,3 % par avion.

A la suite de Parfums Christian Dior, Hennessy et Veuve Clicquot, Louis Vuitton a réalisé un « bilan carbone », à l'aide du logiciel développé par l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie), premier logiciel de comptabilisation de l'ensemble des émissions de

CO₂ et autres gaz à effet de serre qui résultent directement ou indirectement d'une activité. Ce bilan carbone a montré que la première source d'émissions de gaz à effet de serre pour Louis Vuitton provenait des transports aériens ; un plan d'action a été construit afin de développer le transport maritime : celui-ci est passé pour la maroquinerie de 20 % en 2003 à 40 % en 2004, l'objectif étant d'atteindre 50 % en 2005. En outre, afin de réduire les volumes transportés, des solutions innovantes ont été recherchées pour diminuer le vide et les suremballages. Une procédure de bonnes pratiques a été diffusée à l'ensemble des ateliers et une sensibilisation a été réalisée, permettant des gains d'environ 5 % du volume transporté. Les circuits logistiques ont été revus, en particulier pour le packaging et la documentation commerciale, afin de réaliser des livraisons directes et maritimes depuis le fournisseur jusqu'à l'entrepôt régional, sans passer par un entrepôt central intermédiaire. Le ferroutage a été renforcé entre l'atelier de Barbera en Espagne et le centre logistique de Cergy.

Pour les camions Louis Vuitton, une évaluation des différentes solutions écologiques a été réalisée. L'investissement en camions de la norme euro V (norme applicable à partir de 2009), en remplacement de camions de la norme euro II, a été validé (livraison juillet 2005) ; ceci permettra de diviser par trois les émissions nocives, et par sept les émissions de particules.

Sephora a systématisé les expéditions de ses produits vers les USA par bateau. En 2004, une organisation a été mise en place pour atteindre, à fin 2005, 90 % des produits finis expédiés par ce moyen de transport contre 10 % en 2003.

Un indicateur des émissions produites par le transport du personnel a été mis en place en 2004 : il couvre aujourd'hui les émissions de gaz à effet de serre issues des consommations de carburant des voitures achetées ou louées par les sociétés du Groupe, en France, pour leur personnel (36 000 personnes concernées, soit 36 % de l'effectif total du Groupe). Sur l'année, 2,5 millions de litres de carburant ont été ainsi consommés par ces véhicules, générant 6 689 tonnes d'équivalent CO₂.

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 retenues sont les rejets des activités 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 de celles-ci, néfaste pour l'environnement. Le paramètre de mesure 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 | 74 |
| Parfums et Cosmétiques | 19,5 |
| Total | 93,5 |

6.3.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 85 % des déchets ont été valorisés, 82 % en 2003.

Sont considérés comme déchets valorisés ceux dont la destination finale correspond à l'une des filières suivantes :

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

| En tonnes | Déchets spéciaux(*) | Déchets produits | % évolution |
|------------------------|---------------------|------------------|-------------|
| Vins et Spiritueux | 150 | 26 909 | 48 |
| Parfums et Cosmétiques | 683(**) | 7 970 | (8) |
| Mode et Maroquinerie | 33 | 4 911 | 25 |
| Montres et Joaillerie | 12 | 176 | 9 |
| Distribution sélective | 22 | 4 906 | 9 |
| Holding | 1 | 204 | 99 |
| Total | 901 | 45 076 | 32 |

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

(**) certains produits écartés du circuit de production sont traités dans la filière « déchets spéciaux » pour éviter toute contrefaçon.

L'augmentation de 32 % du volume de déchets produits provient pour l'essentiel de l'extension du reporting en 2004 à certaines natures de déchets (pressurage, entretien d'espaces verts).

| (en %) | Réutilisation | Valorisation matière | Valorisation énergétique | Total valorisés |
|------------------------|---------------|----------------------|--------------------------|-----------------|
| Vins et Spiritueux | – | 93 | – | 93 |
| Parfums et Cosmétiques | 4 | 43 | 31 | 78 |
| Mode et Maroquinerie | 4 | 28 | 24 | 56 |
| Montres et Joaillerie | – | 23 | 51 | 74 |
| Distribution sélective | 2 | 44 | 39 | 85 |
| Holding | – | 100 | – | 100 |
| Total (en %) | 2 | 70 | 13 | 85 |

Chez Parfums Givenchy, une refonte des flux de déchets a été réalisée pour permettre l'extension du tri sélectif à de nouveaux matériaux. Ainsi, les ateliers de fabrication vracs, parfums, cosmétiques, et le laboratoire sont passés de deux à six types de tris possibles : cartons, papiers, plastiques recyclables, verre propre, déchets souillés, autres.

Au Bon Marché, une étude « traitement des déchets » a été finalisée. Son objectif est pour 2005 la distribution à la clientèle de sacs plastiques biodégradables et un tri sélectif qui permettra de recycler plus de 1 tonne de cartons par jour. Les déchets de bois et plastiques seront également revalorisés.

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 de certaines espèces animales et végétales en voie d'extinction.

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

Depuis 1989, les marques des Parfums et Cosmétiques ont décidé de ne tester aucun produit mis sur le marché sur des

animaux ; le Groupe utilise et développe des méthodes alternatives dans ses laboratoires et fournit un support financier et technique au programme SCAAT développé par l'industrie cosmétique européenne. Les laboratoires LVMH sont les leaders en matière de recherche sur l'allergie.

6.5 Existence de services de l'environnement, formation et information des salariés, moyens consacrés à la réduction des risques pour l'environnement ; prévention des accidents de pollution.

LVMH a créé en 1992 sa direction de l'environnement et a confirmé son engagement en 2001 en établissant une « Charte environnementale » signée par le Président du Groupe. 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, LVMH a adhéré au Pacte Mondial (Global Compact) des Nations Unies.

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

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

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

Les sociétés de la quasi-totalité des branches du Groupe ont renforcé cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel. En nombre d'heures, ces actions ont progressé de 17 %, totalisant 9 772 heures en 2004.

Les nouveaux cadres LVMH reçoivent une information sur la politique environnementale du Groupe, les outils disponibles et le réseau environnement dans le cadre du séminaire « Intégration nouveaux cadres ».

Chez Veuve Clicquot, plus d'un millier de personnes ont été sensibilisées à la démarche environnementale au cours des vendanges 2004 (vendangeurs et personnels saisonniers). Ainsi 2,6 tonnes de verre et 0,65 tonnes de cartons - papiers ont été récupérés et recyclés durant ces 15 jours d'intense activité.

La société Parfums Givenchy a mené une campagne de sensibilisation de l'ensemble des employés de ses sites de production.

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

- la revue interne « LVMH Magazine » contient une rubrique « LVMH un Groupe citoyen » où sont systématiquement mentionnées des informations sur l'environnement dans le Groupe ;
- après Hennessy, Moët & Chandon et Veuve Clicquot, Louis Vuitton a distribué un guide des gestes verts à l'ensemble des salariés du siège, à Paris ;
- Parfums Givenchy a diffusé une plaquette sur le développement durable à l'ensemble de ses employés ;
- Hennessy intègre dans son journal interne, à chaque parution, une rubrique pédagogique consacrée à l'environnement ;
- les Maisons Veuve Clicquot et Krug ont choisi de diffuser tous les quinze jours par messagerie électronique aux personnes travaillant dans les bureaux une campagne d'information et de sensibilisation sur les petits gestes qui, effectués au quotidien, permettent de diminuer les impacts sur l'environnement.

En matière de prévention des risques, de nombreuses actions ont été menées en 2004.

Chez Parfums Christian Dior, l'aire de dépotage d'alcool n'avait pas de dispositif de protection contre un déversement accidentel ; une aire de dépotage munie d'un dispositif de rétention a été créée.

En 2004, Guerlain a poursuivi le déploiement de sa politique de protection de l'environnement dans ses sites industriels par la réalisation d'investissements permettant notamment un meilleur traitement des eaux usées. Une station d'épuration des effluents a été construite et fonctionne depuis début janvier 2004. 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 %.

Un troisième bassin de rétention, après ceux de Bagnolet et Haut Bagnolet, a été créé par Hennessy pour les chais de stockage d'eau-de-vie du site de La Touche, à Jarnac. Ces bassins sont destinés à contenir des fuites accidentelles, les effluents et les eaux d'extinction en cas d'incendie. Leur principe de fonctionnement est basé sur la succession de deux bassins : le premier dit « étouffoir » a une capacité de 125 m³ et reste toujours rempli ; le second a une capacité de 1 500 m³ et est étanchéifié par une géomembrane.

Le Groupe s'engage ainsi à :

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

6.6 Démarches d'évaluation ou de certification

Chaque société du Groupe est responsable localement et doit, conformément à la Charte Environnement LVMH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement, notamment en définissant sa propre politique environnementale et en se fixant des objectifs. Chaque société a à sa disposition le guide d'auto-évaluation LVMH et peut, si elle le souhaite, faire certifier son système ISO 14001 ou EMAS. Dès 1998, Hennessy fut la première société au monde à recevoir cette distinction dans le secteur des Vins et Spiritueux, renouvelée et valable pour la totalité de ses sites en 2001 et en 2004. Cette société a rédigé sa deuxième politique environnementale en 2004 (la première date de 1997) et, pour la première année, sa filiale la distillerie de La Groie a été également certifiée ISO 14001.

La totalité de sites des sociétés Krug et Veuve Clicquot a reçu la certification ISO 14001 en février 2004.

La démarche ISO 14000 a été également poursuivie chez Louis Vuitton : passage avec succès du premier audit de suivi du site de fabrication de Barbera (Espagne) certifié fin 2004 ; élaboration d'une charte ; mise en place d'un plan d'actions et sensibilisation des salariés du centre logistique ; pérennisation des indicateurs environnement, maintenant étendus à toutes les activités de la société.

En 2004 a été créée dans les filiales du Groupe une équipe de 15 « auditeurs environnement » constituée de collaborateurs occupant une fonction technique (services généraux, qualité, industrialisation, maintenance, environnement...), juridique ou finance. Ils sont capables de faire rapidement un bilan de l'état environnemental d'un site, à la demande d'une Maison. Ils ont suivi une formation de trois jours à la technique d'audit environnemental, suivie par une journée d'audit sur le terrain dans le Groupe. Cinq sociétés ont ainsi fait contrôler leur site en 2004, près du double est attendu en 2005 (voir chapitre suivant 6.7).

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

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 2004, 12 audits environnement externes et 53 audits environnement internes (dont 5 réalisés par l'équipe des auditeurs internes environnement) ont été effectués sur les sites. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, sur l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver : gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement ; il donne lieu à un rapport écrit.

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. A ces contrôles s'ajoutent depuis 2003 une revue de la conformité réglementaire environnementale par les compagnies d'assurances, qui ont intégré un volet environnement lors des visites d'ingénierie incendie sur les sites des sociétés du Groupe ; 30 sites du Groupe ont été ainsi évalués en 2004.

Les principales mesures de mise en conformité vis-à-vis de la législation et la réglementation environnementales en 2004 ont été :

- chez Veuve Clicquot, installation d'un système de neutralisation du pH des effluents et réduction des émissions sonores sur un groupe de production de froid.
- chez Parfums Christian Dior, création d'une aire de dépotage d'alcool munie d'un dispositif de rétention.

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 2004, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est réparti comme suit :

- charges d'exploitation : 6,1 millions d'euros
- investissements : 2,7 millions d'euros

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

Aucune provision pour risques environnementaux n'a été constituée au cours de l'exercice 2004.

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 ; celle-ci prévoit la mise en place d'objectifs environnementaux pour chacune d'entre elles.

7. 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 2004, les superficies détenues sont les suivantes :

| (en hectares) | Total | dont en production |
|-----------------------------|-------|--------------------|
| Appellation Champagne | 1 753 | 1 567 |
| Appellation Cognac | 252 | 178 |
| Yquem | 188 | 105 |
| Autres vins : | | |
| Californie (États-Unis) | 467 | 322 |
| Argentine | 1 369 | 766 |
| Australie, Nouvelle Zélande | 751 | 372 |
| Brésil | 232 | 59 |

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

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des wineries, des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Brésil et Nouvelle Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac et en Pologne. L'ensemble représente environ 700 000 m² en France et 170 000 m² 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 m².

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 murs de ses magasins de Kobé et Tokyo au Japon, Hawaii, Guam, Séoul, Taipei, Sydney, Cannes, et Saint Tropez ; l'ensemble représente environ 8 000 m².

En 2004, le réseau de Louis Vuitton s'est accru de 23 boutiques, avec l'ouverture de 6 « global stores » ; notamment ceux de New York et Shanghai. Le nombre total de « global stores » à fin décembre 2004 est désormais de 52.

La société possède 13 ateliers de fabrication de maroquinerie qui se trouvent essentiellement en France, bien que des ateliers importants soient également situés près de Barcelone en Espagne, et à San Dimas en Californie, et est locataire d'un atelier de fabrication de montres à la Chauv-de-Fonds en Suisse ; les entrepôts sont la propriété de la société en France mais sont en location à Hawaii, en Asie et en Océanie ; l'ensemble en propriété représente environ 140 000 m².

Donna Karan International loue ses bureaux et ses entrepôts à New York et dans le New Jersey aux États-Unis ; les boutiques de la société sont également en location.

Celine est propriétaire d'un immeuble de bureaux avenue Montaigne à Paris d'une surface de 1 000 m², donné en location, d'un local commercial à la même adresse loué à Pucci et d'une boutique rue François 1^{er} à Paris, louée à Fendi. Les magasins de détail de Celine, situés dans les plus grandes villes du monde sont en location, à l'exception de la boutique de la rue de Rennes à Paris dont la société est propriétaire des murs. Celine possède des installations de production et de distribution près de Florence en Italie d'une surface de 6 000 m².

Les emplacements des boutiques de Loewe sont loués, à l'exception des boutiques de Valence et Bilbao dont la société est propriétaire, et 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, d'une surface de 2 500 m². 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 ; sa filiale StefanoBi est propriétaire d'une usine de production de souliers à Ferrare en Italie.

Kenzo, Givenchy et Christian Lacroix louent leurs sièges sociaux et leurs ateliers à Paris, et leurs magasins dans le monde à l'exception de la boutique Kenzo à Saint Tropez dont la société est propriétaire.

Kenzo loue des installations de logistique près de Tours en France, utilisés par Kenzo, Christian Lacroix, Celine 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.

Marc Jacobs loue ses bureaux à New York et ses boutiques dans le monde.

Emilio Pucci loue ses bureaux à Florence, son centre administratif et logistique à Bologne et son show room à Milan en Italie ; l'ensemble des boutiques de la société est en location.

Rossimoda possède ses locaux de production et administratifs à Vigonza en Italie d'une surface de 13 500 m², ainsi que la Villa Foscarini dans la localité voisine de Stra d'une surface de 15 200 m² qui abrite un musée et des locaux de réception.

Somarest, spécialisée dans la fabrication de composants pour souliers, loue son atelier de production à Sibiu en Roumanie.

Le site Internet de vente de produits de luxe e-Luxury loue ses locaux à San Francisco.

7.3 Parfums et cosmétiques

Les installations de Recherche et Développement des activités Parfums & Cosmétique du Groupe, 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 m².

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 m²), 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, et sur un terrain à Orphin financé par crédit-bail, les deux bâtiments ont des surfaces respectives de 16 000 et 10 500 m² ; le siège social de Guerlain 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 en France à Beauvais et à Vervins, d'une surface totale de 19 000 m² ; cette dernière unité assure la production à la fois 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 d'une surface de 3 400 m² détenus par Guerlain. La filiale espagnole, LVMH P&C Iberica, possède 1 500 m² de bureaux à Madrid où sont logés les

bureaux des activités dans ce pays des quatre maisons françaises de parfums et cosmétiques et également de Parfums Loewe.

La Brosse & Dupont est propriétaire de quatre usines en France, et en loue trois également en France. La société utilise en outre sept sites de distribution en France, dont quatre sont en location. Des bureaux sont loués en France, dans divers pays européens et à Hong Kong. Les bâtiments dont la société est propriétaire représentent une surface totale de 114 000 m².

Aux États-Unis, BeneFit Cosmetics loue l'emplacement de ses bureaux en Californie, et Fresh loue ses bureaux situés à Boston ; les boutiques de ces deux sociétés dans le monde sont également en location.

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

Acqua Di Parma loue ses bureaux, ses entrepôts et sa boutique à Milan.

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 m²) à Comol en Suisse.

Zenith est propriétaire de la Manufacture où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle en Suisse, ainsi que de ses bureaux d'une superficie totale de 20 000 m². 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.

Omas possède un immeuble de 4 000 m² situé à Bologne en Italie, regroupant le siège social de la société et l'activité de fabrication des stylos.

Christian Dior Montres loue ses bureaux à Paris.

7.5 Distribution sélective

Le Bon Marché est propriétaire de trois immeubles à Paris, abritant bureaux et commerces d'une surface d'environ 85 000 m² ; 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 m².

La Samaritaine est propriétaire de plusieurs immeubles à Paris, abritant bureaux et commerces représentant 94 000 m² 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 34 000 m².

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 Waikiki (Hawaii), de Guam (Tumon Bay Galleria) et de Saïpan, propriétés de DFS.

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

7.6 Autres activités

DI 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 m², à Paris qu'elle loue à Radio Classique.

La joint-venture De Beers LV loue ses bureaux et sa boutique à Londres.

LVMH est propriétaire de deux immeubles à New York sur 57th Street : l'un d'une surface de 10 000 m² abrite les bureaux américains de filiales du Groupe, l'autre à l'angle de la 5th Avenue d'une surface de 8 500 m² accueille un magasin Louis Vuitton et des bureaux dont une partie est donnée en location à des tiers. Par ailleurs, LVMH a pris à bail, par contrat de longue durée un immeuble de 8 000 m² à usage commercial et de bureaux donnés en location à des tiers, situé à l'angle de Madison Avenue et de 57th Street.

LVMH est propriétaire d'un immeuble de locaux commerciaux et de bureaux à Osaka d'une surface totale de 5 000 m² occupés par des sociétés du Groupe et également loués à des tiers.

Le siège social de LVMH situé 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.

8. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

- Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est partie à diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de propriété intellectuelle, la protection des réseaux 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.

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.

L'expertise se poursuit actuellement et LVMH a présenté à l'expert une évaluation de la partie du préjudice matériel soumise à son appréciation égale à 182,9 millions d'euros. Parallèlement, la procédure d'appel poursuit son cours. LVMH a demandé à la Cour de confirmer le jugement du Tribunal de Commerce de Paris, de condamner Morgan Stanley à 30 millions d'euros au titre de son préjudice moral et à 19,15 millions d'euros au titre du préjudice matériel non soumis à l'examen de l'expert. Les demandes de LVMH s'élèvent au total à 232 millions d'euros. La Cour d'appel de Paris a fixé au 21 octobre 2005 la date des plaidoiries.

- M. Kenzo Takada a par assignation du 30 juillet 2004, conduit une action à l'encontre des sociétés LVMH Fashion Group et Kenzo SA devant le Tribunal de Grande Instance de Paris afin de voir condamner la première à lui payer 12.600.000 euros en réparation du préjudice qu'il prétend avoir subi en raison de l'inexécution d'un protocole d'accord

et la seconde à lui payer à titre provisionnel de 6.400.000 euros pour l'usage abusif qu'elle aurait faite d'une marque figurative Kenzo Takada. Ces deux sociétés ont fait valoir au Tribunal les arguments qui s'opposent à ces prétentions et la décision de cette juridiction a été mise en délibéré.

9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

- A la suite d'une Offre Publique d'Achat amicale clôturée fin décembre 2004, LVMH a acquis, en janvier 2005, 99 % du capital de Glenmorangie Plc, société britannique cotée à Londres (Royaume-Uni), et le solde en mars 2005 dans le cadre d'une procédure de retrait. Le montant versé pour la totalité du capital, et les options en vie à la date de l'opération, est de 310 millions de livres sterling. Conformément aux termes de l'Offre, ce prix est payable à hauteur de 51 millions de livres sterling sous forme de « Loan Notes », portant intérêt au taux du LIBOR GBP moins 0,80 %, remboursables au pair au gré des porteurs à partir du 15 décembre 2005 lors des paiements des intérêts les 15 juin et 15 décembre de chaque année et au plus tard le 15 décembre 2012.

Le groupe Glenmorangie détient en particulier les marques de whisky « single malt » Glenmorangie, Ardbeg et Glen Moray.

Au 31 mars 2004, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel publiés de Glenmorangie étaient, pour l'exercice écoulé, de respectivement 69 et 12 millions de livres sterling, et l'actif net consolidé s'élevait à 82 millions de livres sterling, selon les normes en vigueur au Royaume-Uni.

- En janvier 2005, LVMH a cédé la totalité de sa participation dans Christian Lacroix pour un montant symbolique (voir également Note 22 : Autres produits et charges).
- Dans le cadre d'un protocole d'accord établi en février 2005, LVMH a acquis en avril 2005 les 30 % de Millennium non encore détenus, pour un montant de 120 millions de dollars US.

10. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

A fin mars 2005, le chiffre d'affaires provisoire du Groupe établi en normes IFRS s'élève à 3 082 millions d'euros, soit une progression de 10 % par rapport à la même période de 2004 ; à structure et taux de change comparables, cette progression serait de 11 %.

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

| (en millions d'euros) | 30 mars 2005 | 30 mars ⁽¹⁾ 2004 | Progression en % | |
|----------------------------------|--------------|-----------------------------|------------------|-----------|
| | | | Publiée | Organique |
| Vins et Spiritueux | 510 | 430 | 19 | 13 |
| Mode et Maroquinerie | 1 135 | 1 067 | 6 | 10 |
| Parfums et Cosmétiques | 506 | 475 | 6 | 8 |
| Montres et Joaillerie | 122 | 112 | 8 | 21 |
| Distribution sélective | 823 | 730 | 13 | 15 |
| Autres activités et éliminations | (14) | (6) | – | – |
| Total consolidé | 3 082 | 2 808 | 10 | 11 |

(1) Données en IFRS non disponibles à fin mars 2003.

L'activité Vins & Spiritueux affiche une croissance organique de 13 %. Les marques de champagne Dom Pérignon, Krug et Veuve Clicquot sont en forte progression. Moët & Chandon enregistre un bon début d'année en Europe et les ventes d'Hennessy sont en forte croissance aux États-Unis et en Asie. La Chine confirme son potentiel élevé.

Glenmorangie, qui est entré dans le périmètre le 1^{er} janvier 2005, a également contribué à la croissance des ventes du groupe d'activités. Enfin, une nouvelle marque de Rhum, 10 Cane, vient d'être lancée aux États-Unis.

Au sein du groupe d'activités Mode & Maroquinerie, Louis Vuitton a enregistré une croissance organique à deux chiffres. La marque poursuit son développement aux États-Unis et bénéficie d'un bon début d'année en Europe. La reprise de la croissance s'affirme au Japon et, portés par l'essor du tourisme en provenance notamment de Chine, les marchés asiatiques progressent fortement. Le début d'année a été marqué par le vif succès rencontré par la nouvelle ligne *Monogram Cerises*.

Celine, Marc Jacobs, Pucci et Berluti enregistrent un bon début d'année, et les ventes de Fendi dans ses propres boutiques sont en progression.

Dans les Parfums & Cosmétiques, Parfums Christian Dior a poursuivi sa croissance sur le trimestre, en raison notamment du succès de *Pure Poison* et des produits de soin. Les ventes ont progressé particulièrement en Asie et en Europe. Chez Guerlain, le succès de l'Instant et des gammes de maquillage se confirme. BeneFit Cosmetics enregistre une croissance de ses ventes à deux chiffres en dollars.

Dans la continuité de la reprise de 2004, l'activité Montres & Joaillerie a enregistré une croissance organique de ses ventes de 21 %. Cette progression est due à TAG Heuer et Zenith ; Chaumet et Fred contribuent également grâce à un excellent début d'année. Cette progression provient notamment des États-Unis, de l'Asie et de la France.

Les nouvelles collections, présentées au salon de l'horlogerie de Bâle par TAG Heuer, Zenith, Chaumet et Montres Christian Dior ont fait l'objet de nombreuses prises de commandes.

Dans la distribution sélective, DFS a réalisé un bon début d'année, dans la lignée de la performance enregistrée au cours de l'exercice 2004 ; DFS profite de la reprise du tourisme asiatique, qui bénéficie du dollar faible.

Sephora a de nouveau gagné des parts de marché en Europe, en particulier en France. Aux États-Unis, l'enseigne a continué d'enregistrer au premier trimestre 2005 une croissance à deux chiffres de ses ventes, à magasins comparables.

Dans un environnement monétaire défavorable, le tourisme confirme sa reprise et les économies américaines et asiatiques sont en pleine expansion. Dans ce contexte, LVMH va poursuivre son développement en 2005 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 marques en développement et la génération de trésorerie restent des objectifs prioritaires pour le Groupe. Ces éléments permettent de confirmer l'objectif d'une croissance sensible du résultat opérationnel en 2005.

LE GROUPE LVMH

**RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
SUR LE CONTRÔLE INTERNE AU SEIN DU GROUPE**

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

SUR LE CONTRÔLE INTERNE

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

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

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

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

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

1.1 Conseil d'Administration

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

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

Il est composé de 17 membres dont 6 sont indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

Au cours de l'exercice 2004, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois sur convocation écrite de son Président, adressée à chacun des administrateurs une semaine au moins avant la date de la réunion. Le taux de présence des administrateurs aux réunions s'est élevé à 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, l'autorisation de cautions au profit de tiers, ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

Le montant total des jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration au titre de l'exercice 2004 s'est élevé à 1 117 500 euros.

1.2 Direction Générale

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

En accord avec le Président Directeur Général, le Conseil d'Administration a nommé un Directeur Général Délégué qui dispose des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

1.3 Comité d'Audit de la Performance

Le Comité d'Audit de la Performance a pour missions essentielles de s'assurer de la conformité 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 trois administrateurs dont deux sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2004. Toutes les réunions à l'exception de l'une d'entre elles ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que de 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 Juridique, et en fonction des sujets abordés, du Directeur de l'Environnement, ou du Directeur de la Trésorerie.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, annuels et semestriels, les travaux du Comité ont porté principalement sur le contrôle de l'audit interne, la mise en œuvre des normes IFRS, l'impact des dispositions de la Loi de Sécurité Financière, la politique de couverture de change, la valorisation des marques et écarts d'acquisition du Groupe, le choix des Commissaires aux Comptes et la politique suivie en matière de protection de l'environnement.

1.4 Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations

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

- des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société, ainsi que sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (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 trois membres dont deux sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2004 en présence de tous ses membres. Il a émis des propositions relatives à la rémunération et à l'attribution d'options de souscription d'actions 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.

1.5 Collège des Censeurs

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

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

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

2. 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 cinq groupes d'activité : Vins et 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, détentrices 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 et 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 société mère LVMH est, quant à elle, responsable de son propre contrôle interne tout en assurant un rôle de coordination et d'impulsion de l'ensemble du contrôle interne des sociétés du Groupe.

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, du Comité d'Audit de la Performance, de la Direction Générale, du management et autres responsables des sociétés et filiales, le contrôle interne est destiné à fournir une assurance raisonnable quant à l'exécution 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 adapté 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 et à moyen terme du programme d'audit interne en termes de moyens et couverture géographique, couverture d'activité et couverture des risques.

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. L'appropriation 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 centralement dirigés mais répartis sur deux bureaux, Paris et Hong Kong, l'Audit Interne intervient dans l'ensemble du Groupe dans le cadre d'un plan pluriannuel actualisé chaque année.

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 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 et pluriannuel d'audit ainsi que les principales conclusions de l'année en cours sont présentées au Comité d'Audit de la Performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernées.

Une cinquantaine de missions d'audit sont réalisées en moyenne chaque année. Enfin, l'Audit Interne a spécifiquement été chargé depuis 2003 de la coordination du projet LSF pour le groupe, poursuivie tout au long de 2004 par le biais d'une cellule dédiée au projet.

L'Audit Interne a par ailleurs 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. Ces contrôleurs internes sont entre autres les vecteurs des différents projets relatifs au dispositif de contrôle interne et favorisent la diffusion et l'application des instructions.

2.2.2 Le management des risques : assurance, contrefaçon, environnement

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 – 2. Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance et 6. Conséquences de l'activité sur l'environnement).

2.2.3 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 par la société mère et applicables par chaque société. Il existe également des procédures opérationnelles propres aux différents métiers du groupe qui sont développées par les sociétés.

2.2.4 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 du Groupe faisant apparaître les variations des effectifs et les analyses afférentes, ainsi que les postes vacants et les mobilités internes. Il existe également un intranet réservé aux Ressources Humaines du Groupe.

2.3 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 Comptable est responsable de la mise à jour et de la diffusion des normes et procédures comptables du Groupe. Elle contrôle leur application et met en place des programmes de formation appropriés. Elle est responsable de la production

des comptes consolidés et sociaux trimestriels, semestriels et annuels. Elle coordonne notamment le projet de mise en place des nouvelles normes IAS / IFRS. Le projet IAS / IFRS a débuté en novembre 2002 par l'IAS 39 et pour les autres normes en juin 2003. Des sessions de formation se sont déroulées pour la plupart sur le premier semestre 2004 et ont permis de former environ 550 personnes au sein du Groupe (Europe, Asie, Amériques) aux nouvelles normes. Le guide de formation a de plus été communiqué via l'intranet finance. Le projet IFRS a permis la conversion du bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004 aux nouvelles normes, complété d'un compte de résultat 2004 et d'un bilan de clôture aux normes 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 cinq ans. Elle produit le reporting mensuel de gestion, ainsi que toutes les analyses nécessaires à la Direction Générale ; elle assure également le suivi des investissements et du cash-flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques.

La Direction des systèmes d'information définit, en coopération avec les filiales, un plan à trois 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 responsables de l'application de la politique financière du Groupe, de la gestion optimisée du bilan et de la dette financière, de l'amélioration de la structure financière et d'une politique prudente de gestion des risques de change et de taux d'intérêt, avec pour objectif principal la couverture des risques générés directement ou indirectement par les sociétés du Groupe.

La Direction de la Trésorerie veille plus particulièrement à la centralisation de la trésorerie du Groupe, à son optimisation et à sa prévision par le biais de révisés trimestriels élaborés par les sociétés. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change et de taux, destinée à limiter l'impact négatif des fluctuations de monnaies ou des taux d'intérêt sur les activités et les investissements. Dans ce cadre, ont été mises en place une politique de gestion et des procédures très strictes pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché.

Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle en temps réel des opérations de couverture. Le dispositif de couverture est présenté périodiquement au Comité d'Audit de la Performance. Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui comprend des présentations régulières au Comité Exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

La Direction Fiscale coordonne la préparation des déclarations fiscales en veillant au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, conseille les différents groupes d'activité et sociétés, et définit la stratégie en matière de planning fiscal lié aux orientations opérationnelles du Groupe. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale 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 pour rôle de fournir à la Direction Générale les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel. En travaillant en étroite collaboration avec la Direction Générale et avec les groupes d'activité, elle détermine les messages clés ; elle en assure la cohérence et en coordonne la diffusion au travers de moyens divers (rapport annuel et semestriel, présentations financières, réunions avec les actionnaires ou les analystes, site internet...).

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

Des commissions financières réunissant les directions financières des principales sociétés du Groupe et les Directions de la société mère LVMH précédemment listées sont organisées périodiquement. Animées et coordonnées par les Directions centrales, ces commissions traitent notamment des normes et procédures à appliquer, des performances financières et des actions correctrices à apporter, et du contrôle interne appliqué aux données comptables et de gestion. Un point sur l'avancement du projet LSF y est fait systématiquement.

2.3.2 Principes comptables et de gestion

Les filiales adoptent les principes comptables et de gestion retenus par le Groupe répondant à la fois aux besoins des comptes sociaux et consolidés. Il existe ainsi une homogénéité du référentiel comptable et une harmonisation des formats et des outils de remontée des données à consolider. De plus, les reportings comptable et de gestion procèdent d'un même et unique système, ce qui garantit la cohérence des données 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 figurant hors bilan, par le biais d'une lettre d'affirmation signée, confortant ainsi la qualité de l'information financière transmise.

Des paliers de consolidation existent par 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 meilleure compréhension et validation de l'information financière remontée 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 cinq ans, un budget complet et des réestimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

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

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

L'arrêt des comptes semestriels et annuels font l'objet de réunions spécifiques de présentation des résultats en présence

notamment des représentants financiers du Groupe et des sociétés concernées durant lesquelles les Commissaires aux Comptes font état de leurs conclusions, tant en termes de 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, dans le cadre de la Loi de Sécurité Financière, poursuivi en 2004 la démarche entreprise en 2003, 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 avaient couvert en 2003 :

- 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, et débutée en 2003 avait 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 avait 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.

En 2004, ce questionnaire a été complété et a donné naissance à des grilles d'analyses par processus clés quant aux risques encourus et contrôles attendus, facilitant consolidation et analyses au niveau du Groupe. Chacune des grilles a fait l'objet d'une revue quant à sa pertinence par l'un des grands cabinets d'audit internationaux non Commissaires aux Comptes de LVMH, achevée selon les processus pour partie en 2004 et pour partie début 2005. La démarche 2004 a ainsi consisté à homogénéiser les analyses et à étendre significativement le taux de couverture des entités ayant débuté le projet. L'objectif fut de décrire et documenter les contrôles en place, de proposer des plans de corrections en cas de contrôles peu probants ou non existants. Par ailleurs, l'ensemble des entités significatives a répondu au questionnaire d'environnement général de contrôle. Les travaux effectués par les entités du Groupe LVMH dans le cadre de cette démarche sont synthétisés dans une lettre d'affirmation signée par la direction de chaque entité et son responsable financier à l'attention du Groupe.

Ces démarches sont menées en interne avec des validations externes indépendantes. Elles permettent de capitaliser sur la connaissance et l'implication des responsables opérationnels et de faciliter le processus d'amélioration permanente du contrôle interne dans le temps au sein du Groupe. Les Commissaires aux Comptes ont été tenu informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'Audit de la Performance, via des comptes-rendus périodiques ; les commissions financières bimestrielles ont également joué le rôle de comité de pilotage.

Ce rapport sur le contrôle interne, issu de l'apport des différents acteurs du contrôle interne mentionnés en première partie de ce document, a été proposé dans sa version projet au Comité d'Audit de la Performance pour avis et au Conseil d'Administration pour approbation.

Conclusions

Le groupe LVMH, au-delà de son dispositif de contrôle interne déjà existant, 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, démarche largement poursuivie et renforcée en 2004.

En 2005, l'ensemble des entités significatives aura amorcé le projet. Une première phase de tests d'efficacité sera lancée en pilote, pour être déployée progressivement au cours des années futures. Elle permettra 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 SUR LE CONTRÔLE INTERNE

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

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 2004.

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 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.

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 ;
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

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

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT Alain PONS

Jeanne BOILLET Gilles GALIPPE

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS

CHIFFRES CLÉS

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 | 2000 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Principaux chiffres consolidés | | | | | |
| • Chiffre d'affaires | 12 623 | 11 962 | 12 693 | 12 229 | 11 581 |
| Résultat opérationnel | 2 420 | 2 182 | 2 008 | 1 560 | 1 959 |
| Résultat avant impôts | 2 113 | 1 618 | 1 317 | 667 | 1 692 |
| Résultat net courant – part du Groupe ⁽¹⁾ | 1 294 | 1 023 | 818 | 334 | 846 |
| Résultat net – part du Groupe | 1 010 | 723 | 556 | 10 | 722 |
| • Capital | 147 | 147 | 147 | 147 | 147 |
| Capitaux propres – part du Groupe ⁽²⁾ | 7 478 | 7 034 | 7 070 | 6 901 | 7 031 |
| Total des capitaux propres ⁽²⁾ | 9 175 | 8 769 | 8 842 | 8 701 | 8 512 |
| Actif circulant | 8 290 | 7 924 | 7 927 | 9 552 | 10 192 |
| Dettes à moins d'un an | 5 933 | 6 118 | 6 601 | 8 026 | 9 562 |
| Emprunts et dettes financières à moins d'un an | 2 174 | 2 116 | 2 578 | 4 003 | 5 568 |
| Emprunts et dettes financières à plus d'un an | 4 036 | 4 207 | 4 554 | 5 402 | 3 498 |
| Total du bilan | 20 497 | 20 543 | 21 417 | 23 832 | 23 192 |
| • Capacité d'autofinancement | 2 137 | 1 949 | 1 518 | 919 | 1 214 |

(en euros)

| | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| Résultats consolidés par action | | | | | |
| Résultat net courant ⁽¹⁾ | 2,64 | 2,09 | 1,67 | 0,68 | 1,75 |
| Résultat net, avant et après dilution | 2,06 | 1,48 | 1,14 | 0,02 | 1,49 |

| | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| Dividende par action ⁽³⁾ | | | | | |
| Acompte | 0,25 | 0,22 | 0,22 | 0,22 | 0,22 |
| Solde | 0,70 | 0,63 | 0,58 | 0,53 | 0,53 |
| Dividende global | 0,95 | 0,85 | 0,80 | 0,75 | 0,75 |

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

(2) Avant affectation du résultat

(3) Hors avoir fiscal

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ – EXERCICE 2004

| (en millions d'euros, sauf résultats par action exprimés en euros) | NOTES | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|-------|---------------|---------------|---------------|
| Chiffre d'affaires | 19-20 | 12 623 | 11 962 | 12 693 |
| Coût des ventes | | (4 493) | (4 171) | (4 563) |
| Marge brute | | 8 130 | 7 791 | 8 130 |
| Charges commerciales | | (4 513) | (4 401) | (4 705) |
| Charges administratives | | (1 197) | (1 208) | (1 417) |
| Résultat opérationnel | 19-20 | 2 420 | 2 182 | 2 008 |
| Frais financiers nets | 21 | (197) | (233) | (294) |
| Dividendes de participations non consolidées | | 16 | 18 | 8 |
| Autres produits et charges nets | 22 | (126) | (349) | (405) |
| Résultat avant impôts | | 2 113 | 1 618 | 1 317 |
| Impôts sur les bénéfices | 23 | (603) | (488) | (350) |
| Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence | 6 | (14) | 1 | (18) |
| Résultat net courant | | 1 496 | 1 131 | 949 |
| Amortissement des écarts d'acquisition | 24 | (284) | (300) | (262) |
| Part des intérêts minoritaires | 15 | (202) | (108) | (131) |
| Résultat net comptable – part du Groupe | | 1 010 | 723 | 556 |
| Résultat net comptable | | 1 212 | 831 | 687 |
| Résultat net courant – part du Groupe | | 1 294 | 1 023 | 818 |
| Résultat net courant par action | | 2,64 | 2,09 | 1,67 |
| Résultat net par action | | 2,06 | 1,48 | 1,14 |
| Nombre d'actions retenu pour le calcul | | 489 937 410 | 489 844 910 | 488 852 554 |
| Résultat net courant par action après dilution | | 2,64 | 2,09 | 1,67 |
| Résultat net par action après dilution | | 2,06 | 1,48 | 1,14 |
| Nombre d'actions retenu pour le calcul | | 490 026 050 | 489 844 910 | 488 852 554 |

BILAN CONSOLIDÉ AU 31 DÉCEMBRE 2004

| ACTIF (en millions d'euros) | NOTES | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------|---------------|---------------|---------------|
| Actif immobilisé | | | | |
| Marques et autres immobilisations incorporelles | | 4 218 | 4 399 | 4 546 |
| Dépréciations et amortissements | | (381) | (497) | (347) |
| | 3 | 3 837 | 3 902 | 4 199 |
| Ecarts d'acquisition | | 5 133 | 5 059 | 5 002 |
| Amortissements | | (1 911) | (1 649) | (1 371) |
| | 4 | 3 222 | 3 410 | 3 631 |
| Immobilisations corporelles | | 6 525 | 6 256 | 6 381 |
| Amortissements | | (2 765) | (2 588) | (2 531) |
| | 5 | 3 760 | 3 668 | 3 850 |
| Autres immobilisations | | | | |
| Titres mis en équivalence | 6 | 115 | 49 | 68 |
| Autres titres de participation | 7 | 705 | 848 | 869 |
| Actions LVMH | 11 | 173 | 404 | 362 |
| Autres immobilisations financières | | 395 | 338 | 511 |
| | | 1 388 | 1 639 | 1 810 |
| Total de l'actif immobilisé | | 12 207 | 12 619 | 13 490 |
| Actif circulant | | | | |
| Stocks et en-cours | 8 | 3 513 | 3 415 | 3 427 |
| Créances clients et comptes rattachés | 9 | 1 312 | 1 375 | 1 327 |
| Autres créances et charges payées d'avance | 10 | 1 122 | 1 202 | 1 202 |
| Impôts différés à moins d'un an – net | 23 | 346 | 451 | 555 |
| Actions LVMH | 11 | 769 | 427 | 544 |
| Valeurs mobilières de placement | 12 | 211 | 231 | 60 |
| Disponibilités | 12 | 1 017 | 823 | 812 |
| Total de l'actif circulant | | 8 290 | 7 924 | 7 927 |
| Total de l'actif | | 20 497 | 20 543 | 21 417 |

| PASSIF (en millions d'euros) | NOTES | 2004 avant affectation | 2004 après affectation | 2003 avant affectation | 2002 avant affectation |
|---|-------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Capitaux propres | | | | | |
| Capital | | 147 | 147 | 147 | 147 |
| Primes | | 1 736 | 1 736 | 1 736 | 1 736 |
| Réserves | | 5 479 | 6 029 | 5 154 | 4 956 |
| Acompte sur dividende | | (117) | – | (103) | (103) |
| Ecart de conversion | | (777) | (777) | (623) | (222) |
| Résultat de l'exercice | | 1 010 | – | 723 | 556 |
| Capitaux propres – part du groupe | 13 | 7 478 | 7 135 | 7 034 | 7 070 |
| Intérêts minoritaires | 15 | 1 697 | 1 697 | 1 735 | 1 772 |
| Total capitaux propres | | 9 175 | 8 832 | 8 769 | 8 842 |
| Impôts différés à plus d'un an – net | 23 | 196 | 196 | 158 | 125 |
| Dettes à plus d'un an | | | | | |
| Titres à Durée Indéterminée (TDI) | 16 | 92 | 92 | 158 | 222 |
| Autres emprunts et dettes financières | 16 | 4 036 | 4 036 | 4 207 | 4 554 |
| Autres passifs à plus d'un an | 17 | 1 065 | 1 065 | 1 133 | 1 073 |
| Total des dettes à plus d'un an | | 5 193 | 5 193 | 5 498 | 5 849 |
| Dettes à moins d'un an | | | | | |
| Part à moins d'un an des emprunts et dettes financières | 16 | 734 | 734 | 871 | 274 |
| Autres dettes financières | 16 | 1 440 | 1 440 | 1 245 | 2 304 |
| Fournisseurs et comptes rattachés | | 1 596 | 1 596 | 1 639 | 1 429 |
| Impôts sur les résultats | | 90 | 90 | 61 | 61 |
| Autres passifs à moins d'un an | 18 | 2 073 | 2 416 | 2 302 | 2 533 |
| Total des dettes à moins d'un an | | 5 933 | 6 276 | 6 118 | 6 601 |
| Total du passif | | 20 497 | 20 497 | 20 543 | 21 417 |

VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS – PART DU GROUPE

| | (en nombre d'actions) | | (en millions d'euros) | | | | | Écarts de conversion | Capitaux propres |
|---|-----------------------|----------------------------|-----------------------|--------------|--------------|-----------------------|--------------|----------------------|------------------|
| | Capital | dont titres d'autocontrôle | Capital | Primes | Réserves | Titres d'autocontrôle | | | |
| Au 1^{er} janvier 2002 | 489 901 115 | 1 323 142 | 147 | 1 736 | 5 261 | (103) | (140) | 6 901 | |
| Dividendes au titre de 2001 : solde | | | | | (246) | | | (246) | |
| Actions LVMH cédées ⁽¹⁾ | | (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) | |
| Au 31 décembre 2002 | 489 937 410 | 370 000 | 147 | 1 736 | 5 425 | (16) | (222) | 7 070 | |
| Dividendes au titre de 2002 : solde | | | | | (271) | | | (271) | |
| Actions LVMH cédées ⁽¹⁾ | | (370 000) | | | – | 16 | | 16 | |
| Résultat net – part du Groupe | | | | | 723 | | | 723 | |
| Dividendes au titre de 2003 : acompte | | | | | (103) | | | (103) | |
| Écarts de conversion | | | | | | | (401) | (401) | |
| Au 31 décembre 2003 | 489 937 410 | – | 147 | 1 736 | 5 774 | – | (623) | 7 034 | |
| Dividendes au titre de 2003 : solde | | | | | (295) | | | (295) | |
| Actions LVMH cédées ⁽¹⁾ | | | | | | | | – | |
| Résultat net – part du Groupe | | | | | 1 010 | | | 1 010 | |
| Dividendes au titre de 2004 : acompte | | | | | (117) | | | (117) | |
| Écarts de conversion | | | | | | | (154) | (154) | |
| Au 31 décembre 2004 | 489 937 410 | – | 147 | 1 736 | 6 372 | – | (777) | 7 478 | |

(1) Voir Principes comptables Note 1.11

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|----------------|----------------|
| I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION | | | |
| Résultat net – part du Groupe | 1 010 | 723 | 556 |
| Part des intérêts minoritaires | 202 | 108 | 131 |
| Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence, nette des dividendes reçus | 20 | 5 | 17 |
| Dépréciations et amortissements des actifs immobilisés et charges à répartir | 671 | 914 | 1 019 |
| Variation des autres provisions | 42 | 11 | (386) |
| Variation des impôts différés | 130 | 130 | (142) |
| Plus ou moins-values de cessions d'actifs et d'actions LVMH | 62 | 58 | 323 |
| CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT | 2 137 | 1 949 | 1 518 |
| Variation des stocks et en-cours | (239) | (222) | 33 |
| Variation des créances clients et comptes rattachés | 38 | (1) | 64 |
| Variation des fournisseurs et comptes rattachés | (88) | 88 | 82 |
| Variation des autres créances et dettes | 115 | 28 | 257 |
| VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT | (174) | (107) | 436 |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION | 1 963 | 1 842 | 1 954 |
| II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT | | | |
| Acquisitions d'immobilisations incorporelles | (49) | (70) | (80) |
| Acquisitions d'immobilisations corporelles | (579) | (508) | (479) |
| Cessions d'actifs immobilisés non financiers | 66 | 82 | 177 |
| Acquisitions de titres de participation | (213) | (78) | (92) |
| Cession de titres de participations non consolidées | 94 | 13 | 92 |
| Variation des autres immobilisations financières | (33) | 19 | (182) |
| Incidences des variations du périmètre de consolidation | (244) | (209) | (160) |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT | (958) | (751) | (724) |
| III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT | | | |
| Augmentation de capital des filiales souscrites par les minoritaires | 1 | 70 | 13 |
| Acquisitions et cessions d'actions LVMH | (131) | 196 | 516 |
| Dividendes (y compris précompte) et acomptes versés dans l'exercice par LVMH | (412) | (374) | (349) |
| Dividendes et acomptes versés dans l'exercice aux minoritaires des filiales consolidées | (109) | (74) | (23) |
| Emissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières | 1 529 | 1 452 | 523 |
| Remboursements d'emprunts et dettes financières | (1 687) | (2 114) | (2 408) |
| Variation des autres valeurs mobilières de placement | 11 | (170) | 182 |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT | (798) | (1 014) | (1 546) |
| IV. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION | (9) | (18) | (18) |
| VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE | 198 | 59 | (334) |
| TRÉSORERIE AU 1^{er} JANVIER | 603 | 544 | 878 |
| TRÉSORERIE AU 31 DECEMBRE | 801 | 603 | 544 |
| Opérations sans incidence sur les variations de la trésorerie : – investissements en crédit-bail | 54 | 2 | 3 |

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, tel qu'il 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.

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 : les pertes et gains de change correspondant 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.

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.

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

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 actuelle diffère de la valeur comptable à cette date.

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.

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.

Les durées d'amortissement des écarts d'acquisition, comprises entre 5 et 40 ans, sont fonction de l'estimation de la pérennité de ces écarts d'acquisition 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 est déterminée sur la base de critères tels que le montant de la quote-part du Groupe dans l'actif net, la valeur boursière ou les perspectives de rentabilité et de cash-flows de ces participations, 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 mouvements de 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 actif circulant selon l'usage dans cette profession.

Les dépréciations de stocks sont constatées principalement dans les activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, et Distribution Sélective. Elles sont établies le plus souvent en raison de l'obsolescence des produits concernés (péremption proche, saison ou collection terminées ...) ou de leur perspective d'écoulement.

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.

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.

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

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.

Les actions LVMH détenues par la maison mère LVMH SA dans le cadre réglementaire des programmes de rachat d'actions et de plans d'options d'achat, ainsi que les actions détenues par les filiales dans une optique de placement de courte durée, sont classées à l'actif du bilan.

Les actions LVMH détenues dans le cadre de plans d'options d'achat sont affectées à ces plans, pour la durée de ceux-ci ; ces actions sont classées au bilan « à moins d'un an » lorsque les options correspondantes peuvent être exercées immédiatement ou dans un délai inférieur à un an, et restent classées « à plus d'un an » jusqu'à cette date.

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.

Concernant les actions LVMH affectées aux plans d'options, le calcul de la dépréciation s'apprécie plan par plan lorsque la valeur de marché de l'action à la clôture est supérieure au prix d'exercice des options de ces plans, et par rapport au prix de revient moyen d'ensemble des plans concernés lorsque la valeur de marché de l'action est inférieure au prix d'exercice des options. En outre, lorsque la valeur des actions 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.

En cas de cession d'actions LVMH, le prix de revient du lot cédé est établi selon la méthode Premier Entré – Premier Sorti (FIFO).

Les actions LVMH détenues 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.

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 prennent en charge 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 en fin d'exercice 10 % du montant de l'engagement, ou de la valeur de marché des placements venant en couverture. L'amortissement de ces écarts se fait à compter de l'exercice suivant leur constatation, sur la durée résiduelle moyenne d'activité du personnel concerné.

1.14 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 bénéficiaires : 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 plus souvent 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.

- **Provisions pour retours de produits**

Les sociétés du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et dans une moindre mesure des activités Mode et Maroquinerie, ou Montres et Joaillerie, reprennent auprès de leurs clients et distributeurs les produits invendus ou périmés.

Afin de couvrir la perte de marge et la probable dépréciation ou destruction du stock résultant de ces retours de produits, des provisions pour retours sont constituées lors de l'enregistrement du chiffre d'affaires ; le taux de retour retenu pour l'établissement de ces provisions est calculé le plus souvent sur la base de statistiques.

- **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 du 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 sont susceptibles de se révéler, dans le futur, 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'il s'agisse d'opérations récurrentes ou non récurrentes, principales ou accessoires.

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

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 sur la base 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 établi sur la base du nombre d'actions défini au paragraphe précédent, majoré du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée, durant l'exercice, des options de souscription existantes ; les fonds recueillis au titre de ces options sont présumés affectés dans ce calcul au rachat d'actions au prix du marché.

2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

2.1 En 2004

Vins et Spiritueux

En mars 2004, la participation dans Millennium Import LLC, acquise en juillet 2002 (voir ci-après), a été portée de 40 à 70 %. L'investissement correspondant, de 103 millions de dollars US, a généré un écart d'acquisition de 100 millions de dollars US. La participation dans Millennium, qui était mise en équivalence, a été consolidée par intégration globale à compter de l'exercice 2004.

Mode et Maroquinerie

En mars 2004, LVMH a porté sa participation dans Donna Karan de 89 % à 98 %, pour 44 millions de dollars US, et en mai 2004, la participation dans Fendi a été portée de 84 % à 94 % pour 112 millions d'euros.

Ces investissements représentent principalement un complément de part du groupe dans les marques Donna Karan et Fendi, et des écarts d'acquisition complémentaires de respectivement 10 millions de dollars US et 39 millions d'euros.

Parfums et Cosmétiques

LVMH a acquis en juillet 2004 une participation complémentaire de 10 % dans BeneFit Cosmetics, pour 26 millions de dollars US, la participation du Groupe étant de 80 % après cette opération.

Cet investissement représente principalement la reprise des intérêts minoritaires dans la marque BeneFit, soit 10 millions de dollars US, et un complément d'écart d'acquisition de 16 millions de dollars US.

Montres et Joaillerie

La cession d'Ebel au groupe américain Movado pour 52 millions de francs suisses, résultant d'un protocole d'accord de décembre 2003, est devenue effective en février 2004.

Ebel a été déconsolidée le 1^{er} mars 2004.

2.2 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 additionnel 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, devenu définitif début 2004, est de 52 millions de francs suisses.

Autres activités

L'étude 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.

2.3 En 2002

Vins et Spiritueux

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

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, a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} 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^{er} 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^{er} janvier 2002, l'activité sur les premiers mois de l'exercice n'étant pas significative.

2.4 Données pro forma et effets des variations de périmètre sur la trésorerie

Des comptes de résultat simplifiés pro forma sont présentés ci-dessous pour les exercices 2003 et 2004, sur la base des hypothèses suivantes :

- les cessions et acquisitions de 2003 sont réputées faites au 1^{er} janvier 2003 ;
- en cas de cession en 2004, un nombre de mois d'activité comparable est retenu en 2003 et 2004 ;
- en cas d'acquisition d'intérêts minoritaires en 2004, ces opérations sont réputées déjà réalisées en 2003.

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) | 2004 pro forma | 2003 pro forma |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Chiffre d'affaires | 12 623 | 11 903 |
| dont : - <i>Vins et Spiritueux</i> | 2 280 | 2 134 |
| - <i>Mode et Maroquinerie</i> | 4 362 | 4 170 |
| - <i>Parfums et Cosmétiques</i> | 2 153 | 2 144 |
| - <i>Montres et Joaillerie</i> | 496 | 457 |
| - <i>Distribution sélective</i> | 3 378 | 3 039 |
| Résultat opérationnel | 2 420 | 2 213 |
| Résultat avant impôts | 2 105 | 1 807 |
| Résultat net courant - part du Groupe | 1 287 | 1 214 |
| Résultat net - part du Groupe | 1 003 | 919 |

Les effets des variations de périmètre de l'exercice, sur la structure du bilan au 31 décembre 2004, sont les suivants :

| (en millions d'euros) | | |
|------------------------------------|------------------------------------|------------|
| Marques et autres | | |
| immobilisations incorporelles | (9) Capitaux propres | (4) |
| Écarts d'acquisition | 135 Intérêts minoritaires | (127) |
| Immobilisations corporelles nettes | 19 Dettes financières nettes | 248 |
| Actifs circulants nets | (32) Autres passifs à plus d'un an | (1) |
| Autres actifs | (1) Autres passifs à moins d'un an | (4) |
| Total | 112 | 112 |

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 244 millions d'euros (209 millions d'euros en 2003).

Ce montant représente principalement en 2004 les effets de l'augmentation de la participation de LVMH dans Fendi (112 millions d'euros), Millennium (82 millions d'euros), Donna Karan (35 millions d'euros), et BeneFit Cosmetics (21 millions

d'euros) ; les cessions ont contribué positivement à hauteur de 35 millions d'euros : ce montant résulte principalement de la cession de Ebel.

En 2003, il s'agissait essentiellement des investissements dans Fendi (191 millions d'euros), Rossimoda (33 millions d'euros),

La Brosse & Dupont (42 millions d'euros), et de l'effet positif des cessions de Hine, Canard-Duchêne, et des licences de parfums Michael Kors, Marc Jacobs et Kenneth Cole, soit 160 millions d'euros au total.

3. MARQUES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

| (en millions d'euros) | Devise | 2004 | | | 2003 | 2002 |
|-----------------------|--------|--------------|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Valeur brute | Dépréciations Amortissements | Valeur nette | Valeur nette | Valeur nette |
| Fendi | | 807 | – | 807 | 807 | 807 |
| Guerlain | | 441 | – | 441 | 441 | 441 |
| Céline | | 351 | (70) | 281 | 281 | 281 |
| 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) | | 323 | (29) | 294 | 312 | 320 |
| Marques en euros | | 2 365 | (99) | 2 266 | 2 284 | 2 292 |
| Tag Heuer | CHF | 804 | – | 804 | 796 | 854 |
| Donna Karan New York | USD | 380 | – | 380 | 410 | 494 |
| Ebel | CHF | – | – | – | – | 125 |
| Autres (< 100 M Eur) | | 204 | (8) | 196 | 214 | 250 |
| Marques en devises | | 1 388 | (8) | 1 380 | 1 420 | 1 723 |
| Marques | | 3 753 | (107) | 3 646 | 3 704 | 4 015 |
| Droits au bail | | 167 | (75) | 92 | 95 | 87 |
| Logiciels | | 188 | (144) | 44 | 48 | 41 |
| Autres | | 110 | (55) | 55 | 55 | 56 |
| Total | | 4 218 | (381) | 3 837 | 3 902 | 4 199 |

- 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 : Zenith, Fred, Chaumet et Omas ;
 - Autres activités : les titres de presse La Tribune et Investir.
- Ne figurent pas à l'actif du bilan les marques qui ont été développées par le Groupe, notamment les marques Louis Vuitton et Hennessy, les champagnes Moët & Chandon, Dom Pérignon, Mercier et Ruinart.
- La valorisation des marques est faite à titre principal par la méthode des cash-flows, c'est à dire à partir des flux de trésorerie prévisionnels que ces marques génèrent. D'autres méthodes sont utilisées à titre complémentaire : la méthode des royalties, donnant à la marque une valeur équivalente à la capitalisation des royalties qu'il faudrait verser pour son utilisation ; la méthode du différentiel de marge, applicable 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, méthode 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, lorsque plusieurs scénarios sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. 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 2004, 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 | 6,5 % à 7,0 % |
| 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 sur l'exercice de la valeur des marques au bilan s'analyse de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | Dépréciations | | Valeur nette |
|--|---------------|----------------|--------------|
| | Valeur brute | Amortissements | |
| Solde au 31 décembre 2003 | 3 924 | (220) | 3 704 |
| Effet des variations de périmètre | (140) | 131 | (9) |
| Variations des dépréciations et amortissements | – | (19) | (19) |
| Effets des variations de change | (31) | 1 | (30) |
| Solde au 31 décembre 2004 | 3 753 | (107) | 3 646 |

Les effets des variations de périmètre sur les valeurs brutes et amortissements et dépréciations proviennent à hauteur de 116 millions d'euros de la cession du groupe Ebel (voir Note 2 – Variations de périmètre).

4. ÉCARTS D'ACQUISITION ET IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ASSIMILÉES

| (en millions d'euros) | Devise | Durée d'amortissement | 2004 | | | 2003 | 2002 |
|---------------------------------|--------|--------------------------|--------------|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | Brut | Dépréciations Amortissements | Net | Net | Net |
| DFS | | 20 | 1 996 | (864) | 1 132 | 1 227 | 1 321 |
| Sephora | | 5 à 20 | 589 | (191) | 398 | 434 | 471 |
| Louis Vuitton | | 40 | 429 | (88) | 341 | 351 | 362 |
| Fendi | | 20 | 463 | (77) | 386 | 371 | 323 |
| Veuve Clicquot Ponsardin | | 40 | 292 | (138) | 154 | 162 | 170 |
| La Brosse & Dupont | | 25 | 115 | (62) | 53 | 67 | 55 |
| La Samaritaine | | 20 | 59 | (12) | 47 | 50 | 53 |
| Rossimoda | | 10 | 40 | (8) | 32 | 39 | – |
| Autres (< 40 M Euros) | | | 390 | (231) | 159 | 192 | 194 |
| Écarts d'acquisition en euros | | | 4 373 | (1 671) | 2 702 | 2 893 | 2 949 |
| Miami Cruiseline | USD | 20 | 233 | (58) | 175 | 201 | 270 |
| Donna Karan | USD | 20 | 162 | (25) | 137 | 162 | 203 |
| Millennium | USD | 15 | 132 | (14) | 118 | 52 | 66 |
| e-Luxury | USD | 3 | 29 | (29) | – | 11 | 25 |
| Autres (< 30 M Euros) | Divers | | 141 | (66) | 75 | 75 | 92 |
| Écarts d'acquisition en devises | | | 697 | (192) | 505 | 501 | 656 |
| Écarts d'acquisition | | | 5 070 | (1 863) | 3 207 | 3 394 | 3 605 |
| Fonds de commerce | | | 63 | (48) | 15 | 16 | 26 |
| Total | | | 5 133 | (1 911) | 3 222 | 3 410 | 3 631 |

- L'écart d'acquisition Sephora comprend 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.

- Les méthodes de valorisation des écarts d'acquisition sont identiques à celles décrites Note 3 pour les marques.

Les variations sur l'exercice du solde net des écarts d'acquisition s'analysent de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | Valeur brute | Dépréciations Amortissements | Valeur nette |
|---|--------------|------------------------------|--------------|
| Solde au 31 décembre 2003 | 4 996 | (1 602) | 3 394 |
| Dotation aux amortissements et provisions | – | (284) | (284) |
| Effets des variations de périmètre | 126 | 9 | 135 |
| Effets des variations de change | (43) | 14 | (29) |
| Autres | (9) | – | (9) |
| Solde au 31 décembre 2004 | 5 070 | (1 863) | 3 207 |

Voir Note 2 – Variations de périmètre et Note 24 – Charge d'amortissement des écarts d'acquisition.

Les effets des variations de périmètre proviennent principalement de l'augmentation de la participation du Groupe dans Fendi et Millennium.

5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

| (en millions d'euros) | 2004 | | | 2003 | 2002 |
|---|--------------|----------------|--------------|--------------|--------------|
| | Brut | Amort. | Net | Net | Net |
| Terrains | 677 | (4) | 673 | 721 | 829 |
| Terres à vignes et vignobles | 509 | (59) | 450 | 442 | 365 |
| Constructions | 1 781 | (619) | 1 162 | 1 020 | 1 223 |
| Installations techniques, matériels et outillages | 2 814 | (1 729) | 1 085 | 1 145 | 444 |
| Autres immobilisations corporelles | 744 | (354) | 390 | 340 | 989 |
| | 6 525 | (2 765) | 3 760 | 3 668 | 3 850 |
| dont immobilisations financées par crédit-bail ou location longue durée | 325 | (121) | 204 | 174 | 216 |

Les variations des immobilisations corporelles au cours de l'exercice 2004 s'analysent de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | Brut | Amort. | Net |
|--|--------------|----------------|--------------|
| Solde au 31 décembre 2003 | 6 256 | (2 588) | 3 668 |
| Acquisitions | 606 | – | 606 |
| Cessions, mises hors service | (220) | 142 | (78) |
| Dotations aux amortissements | – | (381) | (381) |
| Effets des variations de périmètre | 13 | 6 | 19 |
| Effets des variations de change | (130) | 56 | (74) |
| Solde au 31 décembre 2004 | 6 525 | (2 765) | 3 760 |
| dont acquisitions financées par crédit-bail ou location longue durée | 54 | – | 54 |

Les acquisitions reflètent les investissements de Louis Vuitton, DFS et Sephora dans leurs réseaux de distribution.

6. TITRES MIS EN ÉQUIVALENCE

| (en millions d'euros) | Pourcentage de détention | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|--------------------------|------------|-----------|-----------|
| Bonhams Brooks PS&N Ltd (Royaume-Uni) | 49 | 22 | 37 | 37 |
| Mongoual SA (France) | 40 | 83 | – | – |
| Millennium Import LLC (Etats-Unis) (*) | – | – | 4 | 7 |
| De Beers LV Ltd (Royaume-Uni) (**) | – | – | – | 9 |
| Autres titres | – | 10 | 8 | 15 |
| Part dans l'actif net des participations mises en équivalence | | 115 | 49 | 68 |

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|-------------|----------|-------------|
| Bonhams Brooks PS&N Ltd | (15) | NS | (4) |
| Mongoual SA | – | – | – |
| Millennium Import LLC (*) | – | 4 | 2 |
| De Beers LV Ltd (**) | – | – | (9) |
| Autres titres | 1 | (3) | (7) |
| Part dans le résultat des participations mises en équivalence | (14) | 1 | (18) |

(*) Société intégrée globalement à partir du 1^{er} janvier 2004

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

Mongoual SA est une société immobilière propriétaire d'un immeuble locatif avenue Montaigne à Paris (France), également siège social de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA.

Les données relatives aux principales participations mises en équivalence sont les suivantes :

| (en millions d'euros) | Chiffre d'affaires | Résultat net | Total de l'actif | Capitaux propres |
|-----------------------------|--------------------|--------------|------------------|------------------|
| Bonhams Brooks PS&N Ltd (*) | 73,9 | 1,4 | 108,5 | 56,8 |
| Mongoual SA (**) | 13,8 | 8,7 | 71,9 | 43,1 |

(*) Données provisoires au 31 décembre 2004

(**) Données au 31 décembre 2003

7. AUTRES TITRES DE PARTICIPATIONS

| (en millions d'euros) | 2004 | | | 2003 | 2002 |
|---------------------------------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|
| | Brut | Provisions | Net | Net | Net |
| Titres Bouygues SA (France) | 646 | (251) | 395 | 505 | 537 |
| Autres participations | 409 | (99) | 310 | 343 | 332 |
| Participations non consolidées | 1 055 | (350) | 705 | 848 | 869 |

| (en millions d'euros) | Participation du groupe | Valeur nette des titres | Dividendes encaissés | Capitaux propres | Résultat net | Valeur boursière ⁽²⁾ |
|--|-------------------------|-------------------------|----------------------|------------------|--------------|---------------------------------|
| Bouygues SA (France) | 4,2 % | 395 | 8 | 5 087 | 858 | 395 |
| Tod's Spa (Italie) | 3,5 % | 47 | – | 421 | 31 | 37 |
| Participations dans divers fonds Internet (USA) | ND | 32 | 4 | ND | ND | – |
| SFMI Micromania SA (France) ⁽¹⁾ | 12,9 % | 14 | – | 47 | 10 | – |
| Interparfums Inc. (USA) | 17,8 % | 12 | – | 93 | 12 | 39 |
| Project Sloane Ltd "Joseph" (UK) ⁽¹⁾ | 9,4 % | 7 | – | 39 | (5) | – |
| Autres participations | – | 51 | 1 | – | – | – |
| Participations inférieures à 20 % | | 558 | 13 | | | |
| L Capital FCPR (France) | 45,8 % | 110 | – | 169 | (4) | – |
| Pechel Industries SAS (France) | 36,6 % | 12 | 3 | 57 | 16 | – |
| Sociedad Textil Lonja SA (Espagne) ⁽¹⁾ | 24,8 % | 9 | – | 23 | 6 | – |
| Autres participations | – | 3 | – | – | – | – |
| Participations comprises entre 20 % et 50 % | | 134 | 3 | | | |
| Autres participations | | 13 | – | – | – | – |
| Participations supérieures à 50 % | | 13 | – | – | – | – |
| | | 705 | 16 | | | |

(1) Les données comptables fournies sont antérieures au 31.12.2004, les chiffres à fin 2004 étant indisponibles à la date d'établissement de ce rapport.

(2) Moyenne des cotations boursières de décembre 2004, diminuée pour Bouygues d'un montant de 5 euros par action (voir ci-dessous).

Participation dans Bouygues :

LVMH détient une participation dans Bouygues d'environ 4 % du capital, représentant un investissement financier non stratégique.

L'évolution du solde brut de la participation au cours de l'exercice 2004 résulte des événements suivants :

- en octobre, l'Assemblée Générale des actionnaires de Bouygues a voté la distribution d'un dividende exceptionnel de 5 euros par action, mis en paiement le

7 janvier 2005 ; ce dividende à recevoir a été assimilé à un remboursement d'apports, et porté en 2004 en diminution de la valeur brute des titres.

- en décembre, LVMH a cédé 2 millions de titres.

Autres participations :

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.

8. STOCKS ET EN-COURS

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement | 1 808 | 1 787 | 1 683 |
| Autres matières premières et en cours | 369 | 389 | 453 |
| | 2 177 | 2 176 | 2 136 |
| Marchandises | 521 | 509 | 745 |
| Produits finis | 1 360 | 1 302 | 1 137 |
| | 1 881 | 1 811 | 1 882 |
| Valeur brute | 4 058 | 3 987 | 4 018 |
| Provision pour dépréciation | (545) | (572) | (591) |
| Valeur nette | 3 513 | 3 415 | 3 427 |

Voir également Note 19 – Renseignements par groupes d'activités

9. CLIENTS

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Montant brut | 1 389 | 1 462 | 1 457 |
| Provision pour dépréciation | (77) | (87) | (130) |
| Montant net | 1 312 | 1 375 | 1 327 |

10. AUTRES CRÉANCES À MOINS D'UN AN

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Opérations de couverture de change | 362 | 428 | 215 |
| Autres impôts et taxes | 215 | 263 | 243 |
| Fournisseurs : avances et acomptes | 57 | 60 | 45 |
| Charges constatées d'avance | 214 | 205 | 199 |
| Autres créances nettes | 274 | 246 | 500 |
| Total | 1 122 | 1 202 | 1 202 |

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) | 2004 | | 2003 | 2002 |
|---|-------------------|------------|------------|------------|
| | Nombre | Euros | Euros | Euros |
| A plus d'un an : | | | | |
| – plans d'options d'achat montant brut | 3 163 325 | 231 | 455 | 400 |
| provision pour dépréciation | | (58) | (51) | (38) |
| | 3 163 325 | 173 | 404 | 362 |
| provision pour risques et charges | | (56) | (71) | (20) |
| A moins d'un an : | | | | |
| – plans d'options d'achat | 13 985 290 | 588 | 419 | 250 |
| – valeurs de placement : | | | | |
| montant brut | 3 294 172 | 187 | 8 | 430 |
| provision pour dépréciation | | (6) | – | (136) |
| | 17 279 462 | 769 | 427 | 544 |
| provision pour risques et charges | | (7) | (4) | (4) |
| Valeur nette du portefeuille | 20 442 787 | 879 | 756 | 882 |

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 |
| Au 31 décembre 2003 | 145 000 | 8 | 19 433 292 | 748 |
| Achats | 7 195 780 | 414 | – | – |
| Transferts | 106 425 | 6 | (106 425) | (6) |
| Levées d'options | – | – | (2 178 252) | (49) |
| Cessions à valeur de vente | (4 153 033) | (234) | – | – |
| Plus ou (moins) value de cession brute | – | (7) | – | – |
| Variation des provisions | – | (6) | – | 5 |
| Au 31 décembre 2004 | 3 294 172 | 181 | 17 148 615 | 698 |

12. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT ET DISPONIBILITÉS

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|------------|------------|
| Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et FCP | 201 | 222 | 47 |
| Valeurs mobilières de placement cotées | 22 | 24 | 30 |
| Provision pour dépréciation | (12) | (15) | (17) |
| Valeurs mobilières de placement | 211 | 231 | 60 |
| Valeur de marché du portefeuille | 227 | 234 | 61 |
| Dépôts à terme à plus de 3 mois | – | 51 | 76 |
| Dépôts à terme à moins de 3 mois | 89 | 109 | 93 |
| Comptes bancaires ordinaires | 928 | 663 | 643 |
| Disponibilités | 1 017 | 823 | 812 |

Au 31 décembre 2004 la trésorerie nette à la clôture, figurant dans le tableau de variation de la trésorerie s'élève à 801 millions d'euros ; le rapprochement de ce montant avec les données présentées ci-dessus s'établit de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|------------|------------|------------|
| Valeurs mobilières de placement (parts de SICAV et FCP nettes) | 18 | 32 | 30 |
| Disponibilités | 1 017 | 823 | 812 |
| Découverts bancaires | (234) | (252) | (298) |
| Trésorerie nette | 801 | 603 | 544 |

13. CAPITAUX PROPRES

13.1 Capital

Le nombre d'actions émises au 31 décembre 2004, de 0,3 euro de valeur nominale, est de 489 937 410 (489 937 410 en 2003 ; 489 937 410 en 2002), dont 220 144 242 à droit de vote double ; ce droit est accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans.

Au 31 décembre 2004, le capital autorisé est de 601 888 057 actions.

Le nombre moyen d'actions en circulation au titre de l'exercice 2004 est de 489 937 410 (489 844 910 en 2003 ; 488 852 554 en 2002) et de 490 028 050 après dilution (489 844 910 en 2003 ; 488 852 554 en 2002).

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 2 748 millions d'euros au 31 décembre 2004 après déduction de la proposition de distribution de dividendes de 460 millions d'euros ; ce montant est distribuable en franchise d'impôt.

13.2 Écarts de conversion

Les écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres au 31 décembre 2004, 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 | (846) | (148) |
| Dollar Hong Kong | (50) | (5) |
| Yen | (42) | – |
| Peso argentin | (47) | (3) |
| Franc suisse | 143 | 2 |
| Euro | 109 | – |
| Autres | (44) | – |
| Total | (777) | (154) |

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^{er} janvier 1999.

14. PLANS D'OPTIONS D'ACHAT ET DE SOUSCRIPTION 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 porté cette autorisation à 3 % du capital. Cette autorisation a été renouvelée par l'Assemblée Générale du 17 mai 2000, puis par l'Assemblée Générale du 15 mai 2003 pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2006.

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, sous réserve des exceptions suivantes :

- le plan d'achat du 14 mai 2001, portant sur 1 105 877 options, a une durée de huit ans, les options pouvant être exercées après un délai de quatre ans ;
- les options du plan de souscription du 21 janvier 2004 sont exerçables après un délai de quatre ans.

Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, le délai d'acquisition des droits de trois ou quatre ans ne s'applique pas.

Pour l'ensemble des plans, la parité est de une action pour une option attribuée.

14.1 Plans de souscription

| Date de l'Assemblée | Date d'ouverture du plan | Nombre d'options attribuées | Nombre de bénéficiaires | Prix de souscription (en euros) | Nombre d'options exercées en 2004 | Nombre d'options non exercées au 31/12/2004 |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---|
| 15-mai-03 | 21 janvier 2004 | 2 720 425 | 873 | 55,70 | – | 2 720 425 |
| // | 21 janvier 2004 | 27 050 | 33 | 58,90 | – | 27 050 |
| Total | | | | | – | 2 747 475 |

14.2 Plans d'achat

| Date de l'Assemblée | Date d'ouverture du plan | Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾ | Nombre de bénéficiaires | Prix d'achat (en euros) ^{(2) (3)} | Nombre d'options exercées en 2004 ⁽³⁾ | Nombre d'options non exercées au 31/12/2004 ⁽³⁾ |
|---------------------|--------------------------|--|-------------------------|--|--|--|
| 25 mai 1992 | 16 mars 1994 | 139 031 | 364 | 17,84 | 1 571 635 | – |
| // | 22 mars 1995 | 256 903 | 395 | 20,89 | 16 817 | 400 703 |
| 8 juin 1995 | 30 mai 1996 | 233 199 | 297 | 34,15 | 80 995 | 633 940 |
| // | 29 mai 1997 | 233 040 | 319 | 37,50 | 228 130 | 800 610 |
| // | 29 janvier 1998 | 269 130 | 346 | 25,92 | 163 205 | 851 110 |
| // | 16 mars 1998 | 15 800 | 4 | 31,25 | – | 70 400 |
| // | 20 janvier 1999 | 320 059 | 364 | 32,10 | 82 770 | 1 574 165 |
| // | 16 septembre 1999 | 44 000 | 9 | 54,65 | 10 000 | 210 000 |
| // | 19 janvier 2000 | 376 110 | 552 | 80,10 | – | 1 872 800 |
| 17 mai 2000 | 23 janvier 2001 | 2 649 075 | 786 | 65,12 | – | 2 586 975 |
| // | 6 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 | 13 000 | 3 200 250 |
| // | 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 | 11 700 | 3 104 825 |
| // | 22 janvier 2003 | 58 500 | 38 | 38,73 | – | 58 500 |
| Total | | | | | 2 178 252 | 17 148 615 |

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan non retraité des ajustements liés aux attributions d'actions gratuites à raison d'une pour dix de juillet 1994 et juin 1999, et aux divisions du nominal par cinq de mars 1994 et juillet 2000.

(2) Les chiffres antérieurs à l'exercice 1999 résultent de la conversion en euros de données établies à l'origine en francs.

(3) Ajusté du fait des opérations visées ci-dessus au (1).

14.3 Mouvements au cours de l'exercice sur l'ensemble des plans

| En nombre d'options | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Options non exercées au 1 ^{er} janvier | 19 433 292 | 16 702 409 | 13 725 832 |
| Options attribuées | 2 747 475 | 3 213 725 | 3 292 660 |
| Options exercées | (2 178 252) | (477 347) | (260 923) |
| Options devenues caduques | (106 425) | (5 495) | (55 160) |
| Options non exercées au 31 décembre | 19 896 090 | 19 433 292 | 16 702 409 |

15. INTÉRÊTS MINORITAIRES

| (en millions d'euros) | Notes | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|---------|--------------|--------------|--------------|
| Au 1^{er} janvier | | 1 735 | 1 772 | 1 800 |
| – dividendes versés aux minoritaires | | (109) | (74) | (23) |
| – part des minoritaires dans le résultat courant | (1) (3) | 202 | 108 | 131 |
| – effets des variations de périmètre : | | | | |
| • consolidation de Donna Karan | | – | – | 49 |
| • acquisitions de parts de minoritaires | (2) | | | |
| Fendi | | (72) | (117) | (138) |
| Donna Karan | | (28) | – | – |
| Thomas Pink | | – | – | (21) |
| Autres | | (26) | – | – |
| • autres variations de périmètre | | (1) | 4 | 1 |
| – augmentations de capital souscrites par les minoritaires | (3) | 1 | 70 | 13 |
| – variation de l'écart de conversion | | (5) | (28) | (40) |
| Au 31 décembre | | 1 697 | 1 735 | 1 772 |

(1) En 2004, ce montant représente à hauteur de 156 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 % (respectivement 170 et 109 millions d'euros en 2003 et 2002).

(2) Voir note 2 – Variations de périmètre

(3) 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 6 302 millions d'euros au 31 décembre 2004, contre 6 481 millions au 31 décembre 2003 et se décompose de la façon suivante :

- **Dettes financières à plus d'un an**

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Titres à Durée Indéterminée (TDI) | 92 | 158 | 222 |
| Emprunts obligataires et EMTN | 3 309 | 3 245 | 3 129 |
| Crédit-bail et locations de longue durée | 142 | 110 | 128 |
| Emprunts auprès des établissements de crédit | 585 | 727 | 1 086 |
| Tirages sur lignes de crédit à long terme | – | 125 | 211 |
| Autres emprunts et dettes financières à plus d'un an | 4 036 | 4 207 | 4 554 |
| Dettes financières à plus d'un an | 4 128 | 4 365 | 4 776 |

- **Dettes financières à moins d'un an**

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Emprunts obligataires et EMTN | 667 | 768 | 166 |
| Crédit-bail et locations de longue durée | 16 | 14 | 16 |
| Autres emprunts et lignes de crédit | 51 | 89 | 92 |
| Part à moins d'un an des dettes à plus d'un an | 734 | 871 | 274 |
| Emprunts obligataires et EMTN | 293 | 101 | – |
| Billets de trésorerie | 513 | 445 | 1 447 |
| Autres emprunts et lignes de crédit | 400 | 447 | 559 |
| Découverts bancaires | 234 | 252 | 298 |
| Autres dettes financières | 1 440 | 1 245 | 2 304 |
| Dettes financières à moins d'un an | 2 174 | 2 116 | 2 578 |
| Total des dettes financières | 6 302 | 6 481 | 7 354 |

16.2 Titres à Durée Indéterminée (TDI)

| (en millions d'euros) | Intérêt nominal | 2004 | 2003 | 2002 |
|--------------------------|------------------------|-----------|------------|------------|
| FRF 5 000 000 000 ; 1990 | Euribor 6 mois + 0,45% | 49 | 98 | 147 |
| FRF 1 505 000 000 ; 1992 | 9,70% | 43 | 60 | 75 |
| Total | | 92 | 158 | 222 |

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 du TSDI 1990.

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) | Échéance | Intérêt nominal | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|----------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| EUR 600 000 000 ; 2004 | 2011 | 4,625 % | 600 | – | – |
| EUR 750 000 000 ; 2003 | 2010 | 5,00 % | 750 | 750 | – |
| EUR 500 000 000 ; 2001 | 2008 | 6,125 % | 500 | 500 | 500 |
| EUR 850 000 000 ; 2001 | 2004 | 5,375 % | – | 708 | 850 |
| EUR 800 000 000 ; 1999 | 2006 | 5,00 % | 800 | 800 | 800 |
| EUR 600 000 000 ; 2000 | 2005 | 5,75 % | 587 | 600 | 600 |
| FRF 1 300 000 761 ; 1998 indexé | 2005 | 1,00 % | 32 | 33 | 71 |
| Émissions publiques | | | 3 269 | 3 391 | 2 821 |
| en euros | | | 545 | 433 | 312 |
| en devises | | | 455 | 290 | 162 |
| Placements privés EMTN | | | 1 000 | 723 | 474 |
| Total emprunts obligataires et EMTN | | | 4 269 | 4 114 | 3 295 |

En juillet 2004, LVMH a procédé à une émission obligataire publique d'un montant nominal de 600 millions d'euros, d'une durée de 7 ans. Emis à 99,427 % du nominal et remboursable au pair, cet emprunt comporte un coupon fixe de 4,625 % payable annuellement ; il a fait l'objet à l'émission de swaps sur la totalité, le transformant en un emprunt à taux variable.

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 7 milliards d'euros. Au 31 décembre 2004, le solde des émissions réalisées dans le cadre de ce programme s'élève à 2 857 millions d'euros.

16.4 Analyse de la dette financière par échéance

La répartition de la dette par échéance, au 31 décembre 2004, est la suivante :

| (en millions d'euros) | 31.12.2004 | |
|-----------------------|------------|--------------|
| Années | 2005 | 2 174 |
| | 2006 | 1 238 |
| | 2007 | 426 |
| | 2008 | 886 |
| | 2009 | 167 |
| Au-delà | | 1 411 |
| Total | | 6 302 |

Au 31 décembre 2004, les lignes de crédit irrévocables non encore utilisées totalisent 3,9 milliards d'euros. En particulier, celles dont les échéances sont à plus d'un an atteignent environ 1,9 milliard d'euros.

En raison de l'existence d'autorisations de renouvellement, une partie des dettes financières à moins d'un an avait été reclassée au 31 décembre 2003 en emprunts et dettes financières à plus d'un an, soit 125 millions d'euros (573 millions d'euros au 31 décembre 2002).

16.5 Analyse de la dette financière par devise

Au 31 décembre 2004, 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 :

| (en millions d'euros) | A l'émission | Après prise en compte des instruments de couverture |
|-----------------------|--------------|---|
| Devises | | |
| Euro | 5 289 | 4 481 |
| Dollar US | 248 | 297 |
| Franc Suisse | 1 | 880 |
| Yen | 558 | 507 |
| Dollar de Hong Kong | 37 | 15 |
| Dollar de Singapour | 66 | 7 |
| Autres devises | 103 | 115 |
| Total | 6 302 | 6 302 |

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.

L'ensemble des emprunts obligataires en devises (voir Note 16.3) a donné lieu à la conclusion de contrats de swaps les transformant en emprunts en euros.

Voir en Note 26 le détail des instruments de couverture de la dette en vie au 31 décembre 2004.

16.6 Analyse de la dette par nature de taux

Au 31 décembre 2004, la répartition de la dette par nature de taux, après prise en compte des instruments de couverture émis concomitamment ou postérieurement à l'émission, est la suivante :

| (en millions d'euros) | Avant effet des instruments de couverture | Après effet des instruments de couverture |
|------------------------|---|---|
| Taux variable | 1 352 | 902 |
| Taux variable plafonné | – | 3 180 |
| Taux fixe | 4 950 | 2 220 |
| Dette totale | 6 302 | 6 302 |

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 3,5 % pour l'exercice 2004 (3,7 % au titre de l'exercice 2003).
- Compte tenu de la structure de la dette par devise au 31 décembre 2004, 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 17 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 0,9 milliard d'euros, ou de l'en-cours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,5 milliard d'euros.

Au regard du non renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,9 milliards d'euros.

La liquidité du Groupe repose ainsi sur l'ampleur de ses placements, sur l'importance de ses financements à long terme, sur la diversité de sa base d'investisseurs (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, s'est engagé à respecter certains ratios financiers. Historiquement basés sur le ratio dette financière nette sur capitaux propres, tels que définis dans les accords de financement, ces engagements concernent désormais la couverture de la dette financière nette par les flux financiers de l'année.

• Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2004, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,9 milliards d'euros.

• Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2004, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 100 millions d'euros.

17. AUTRES PASSIFS À PLUS D'UN AN

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés | 218 | 200 | 177 |
| Provisions pour risques et charges | 608 | 555 | 480 |
| Provisions pour réorganisation | 42 | 66 | 80 |
| Provision pour participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾ | 55 | 56 | 51 |
| Différé de règlement de titres de participations | 7 | 146 | 182 |
| Autres dettes | 135 | 110 | 103 |
| | 1 065 | 1 133 | 1 073 |

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

Les provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés sont analysées en Note 28.

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités du Groupe : 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 2004, les soldes de provisions pour risques et charges et pour réorganisation ont évolué de la façon suivante :

| | 31 décembre 2003 | Dotations | Utilisations | Reprises | Variations de périmètre | Autres (dont écarts de conversion) | 31 décembre 2004 |
|------------------------------------|---------------------|------------|--------------|-------------|----------------------------|--|---------------------|
| Provisions pour risques et charges | 555 | 135 | (45) | (16) | (6) | (15) | 608 |
| Provisions pour réorganisation | 66 | 1 | (17) | (1) | – | (7) | 42 |
| Total | 621 | 136 | (62) | (17) | (6) | (22) | 650 |
| dont : résultat opérationnel | – | 23 | (25) | (15) | – | – | – |
| autres | – | 113 | (37) | (2) | – | – | – |

18. AUTRES PASSIFS À MOINS D'UN AN

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Opérations de couverture de change | 279 | 322 | 247 |
| Personnel et organismes sociaux | 452 | 413 | 377 |
| Etat et collectivités locales : impôts et taxes | 210 | 191 | 181 |
| Clients : avances et acomptes versés | 95 | 93 | 119 |
| Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières | 199 | 148 | 156 |
| Provisions pour réorganisation | 72 | 134 | 108 |
| Autres provisions pour risques et charges | 197 | 226 | 284 |
| Provision pour reprise de produits | 75 | 81 | 97 |
| Produits constatés d'avance | 76 | 133 | 45 |
| Autres dettes | 418 | 561 | 919 |
| | 2 073 | 2 302 | 2 533 |

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 2004, les soldes des provisions pour réorganisation, pour risques et charges et pour reprise de produits ont évolué de la façon suivante :

| | 31 décembre 2003 | Dotations | Utilisations | Reprises | Variations de périmètre | Autres (dont écarts de conversion) | 31 décembre 2004 |
|-------------------------------------|---------------------|------------|--------------|-------------|----------------------------|--|---------------------|
| Provisions pour réorganisation | 134 | 35 | (65) | (11) | (17) | (4) | 72 |
| Provisions pour risques et charges | 226 | 92 | (51) | (50) | (4) | (16) | 197 |
| Provisions pour reprise de produits | 81 | 41 | (45) | (2) | – | – | 75 |
| Total | 441 | 168 | (161) | (63) | (21) | (20) | 344 |
| dont : résultat opérationnel | – | 115 | (162) | (42) | – | – | – |
| résultat financier | – | 3 | – | (19) | – | – | – |
| autres | – | 50 | 1 | (2) | – | – | – |

19. RENSEIGNEMENTS PAR GROUPES D'ACTIVITÉS

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Chiffre d'affaires | | | |
| Vins et Spiritueux | 2 280 | 2 116 | 2 266 |
| Mode et Maroquinerie | 4 362 | 4 149 | 4 207 |
| Parfums et Cosmétiques | 2 153 | 2 181 | 2 336 |
| Montres et Joaillerie | 496 | 502 | 552 |
| Distribution sélective | 3 378 | 3 039 | 3 337 |
| Autres activités et éliminations | (46) | (25) | (5) |
| Total consolidé | 12 623 | 11 962 | 12 693 |
| Résultat Opérationnel | | | |
| Vins et Spiritueux | 806 | 796 | 750 |
| Mode et Maroquinerie | 1 329 | 1 311 | 1 280 |
| Parfums et Cosmétiques | 181 | 178 | 161 |
| Montres et Joaillerie | 13 | (48) | (13) |
| Distribution sélective | 244 | 106 | 20 |
| Autres activités et éliminations | (153) | (161) | (190) |
| Total consolidé | 2 420 | 2 182 | 2 008 |
| Actif du bilan | | | |
| Vins et Spiritueux | 4 996 | 5 084 | 4 822 |
| Mode et Maroquinerie | 6 498 | 6 092 | 6 245 |
| Parfums et Cosmétiques | 2 279 | 2 446 | 2 450 |
| Montres et Joaillerie | 1 333 | 1 444 | 1 657 |
| Distribution sélective | 4 201 | 4 189 | 4 477 |
| Autres activités et éliminations | 1 190 | 1 288 | 1 766 |
| Total consolidé | 20 497 | 20 543 | 21 417 |
| Stocks | | | |
| Vins et Spiritueux | 2 043 | 1 999 | 1 912 |
| Mode et Maroquinerie | 555 | 468 | 462 |
| Parfums et Cosmétiques | 229 | 228 | 225 |
| Montres et Joaillerie | 161 | 188 | 196 |
| Distribution sélective | 498 | 483 | 524 |
| Autres activités et éliminations | 27 | 49 | 108 |
| Total consolidé | 3 513 | 3 415 | 3 427 |

Les éliminations correspondent à l'annulation du montant résultant d'opérations entre groupes d'activités.

Les activités du site internet e-Luxury.com ayant été reclassées en 2003 de « Autres activités » à « Mode et Maroquinerie », les données antérieures ont été retraitées afin de les rendre comparables.

20. RENSEIGNEMENTS PAR ZONES GÉOGRAPHIQUES

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|-------|-------|-------|
| Ventes à l'export, au Groupe et hors groupe, des sociétés françaises | 3 786 | 3 510 | 3 611 |
| Part des exportations par rapport aux ventes des sociétés françaises | 67 % | 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) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Chiffre d'affaires | | | |
| France | 5 695 | 5 402 | 5 582 |
| Europe (hors France) | 2 752 | 2 525 | 2 457 |
| Etats-Unis | 3 377 | 3 214 | 3 659 |
| Japon | 1 786 | 1 834 | 1 817 |
| Asie (hors Japon) | 1 965 | 1 617 | 1 916 |
| Autres pays | 615 | 532 | 486 |
| Total | 16 190 | 15 124 | 15 917 |
| Eliminations | (3 567) | (3 162) | (3 224) |
| Total consolidé | 12 623 | 11 962 | 12 693 |
| Résultat Opérationnel | | | |
| France | 1 241 | 1 325 | 1 306 |
| Europe (hors France) | 153 | 28 | 56 |
| Etats-Unis | 286 | 171 | (20) |
| Japon | 302 | 355 | 354 |
| Asie (hors Japon) | 395 | 271 | 281 |
| Autres pays | 43 | 32 | 31 |
| Total consolidé | 2 420 | 2 182 | 2 008 |
| Actif du bilan | | | |
| France | 10 450 | 10 405 | 10 635 |
| Europe (hors France) | 4 281 | 4 337 | 4 139 |
| Etats-Unis | 2 885 | 3 094 | 3 945 |
| Japon | 801 | 745 | 708 |
| Asie (hors Japon) | 1 665 | 1 490 | 1 565 |
| Autres pays | 415 | 472 | 425 |
| Total consolidé | 20 497 | 20 543 | 21 417 |
| Passif du bilan (hors capitaux propres et intérêts minoritaires) | | | |
| France | 8 409 | 8 660 | 8 949 |
| Europe (hors France) | 813 | 929 | 1 044 |
| Etats-Unis | 755 | 832 | 1 117 |
| Japon | 744 | 648 | 631 |
| Asie (hors Japon) | 430 | 605 | 744 |
| Autres pays | 171 | 100 | 90 |
| Total consolidé | 11 322 | 11 774 | 12 575 |

21. FRAIS FINANCIERS NETS

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Frais financiers | (200) | (244) | (285) |
| Résultat de cessions de valeurs mobilières de placement | 9 | (1) | 9 |
| Provision pour dépréciation des valeurs mobilières de placement | – | – | (3) |
| Gains ou (pertes) de change à caractère financier | (6) | 12 | (15) |
| | (197) | (233) | (294) |
| dont frais financiers payés au cours de l'exercice | (210) | (254) | (479) |

22. AUTRES PRODUITS ET CHARGES NETS

En 2004 :

Les autres produits et charges sont principalement constitués de dépréciations exceptionnelles d'actifs d'un montant de 63 millions d'euros, et de provisions pour restructuration de 38 millions d'euros. Les dépréciations exceptionnelles d'actifs portent sur des ensembles immobiliers en propriété ou crédit-bail situés à l'étranger, dont la rentabilité d'exploitation est insuffisante, ainsi que sur des marques non stratégiques et de faible valeur unitaire. Les restructurations concernent différentes marques ou enseignes du Groupe, au titre de la fermeture de marchés, ou de l'arrêt d'activités, secondaires et non profitables.

A cela s'ajoutent des provisions pour pertes liées à la cession de Christian Lacroix, réalisée en janvier 2005 (voir Note 29 – Evénements postérieurs à la clôture), soit 13 millions d'euros. Enfin, sont enregistrés dans ce compte des résultats de cession et variations de provisions pour dépréciations au titre du portefeuille d'actions LVMH ou de la participation dans Bouygues, soit respectivement une charge de 12 millions d'euros et un produit de 21 millions d'euros, et diverses provisions pour risques de 19 millions d'euros.

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 Etats-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 de Ebel, en cours à fin décembre 2003.

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.

23. IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES

23.1 Analyse de la charge d'impôt

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Impôts courants | (482) | (358) | (497) |
| Impôts différés | (121) | (130) | 147 |
| Charge totale d'impôt | (603) | (488) | (350) |

23.2 Principales composantes des impôts différés

- Au compte de résultat

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|--------------|--------------|------------|
| Marge intra-groupe comprise dans les stocks | 14 | 9 | 4 |
| Ecarts d'évaluation | 12 | (1) | 16 |
| Provisions pour risques et charges et dépréciation d'actifs | (28) | 34 | 5 |
| Autres retraitements d'harmonisation et écritures de consolidation | (25) | (2) | 11 |
| Plus ou moins values latentes | (35) | 52 | 8 |
| Capitalisation / (utilisation) de reports déficitaires | (59) | (222) | 103 |
| (Charge) / produit d'impôt différé | (121) | (130) | 147 |

- Au bilan

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Marge intra-groupe comprise dans les stocks | 165 | 151 | 144 |
| Ecarts d'évaluation | (270) | (284) | (280) |
| Provisions pour risques et charges et dépréciation d'actifs | 139 | 187 | 93 |
| Retraitements de consolidation ⁽¹⁾ | (50) | (24) | 39 |
| Plus ou moins values latentes | 78 | 110 | 58 |
| Reports déficitaires | 88 | 153 | 376 |
| Impôts différés nets | 150 | 293 | 430 |
| dont : impôts différés actifs | 346 | 451 | 555 |
| impôts différés passifs | (196) | (158) | (125) |

(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) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Taux d'imposition théorique | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| - supplément temporaire d'impôt applicable aux sociétés françaises | 0,8 | 1,0 | 0,8 |
| - effets des différences entre les taux d'imposition étrangers et français | (2,2) | (0,3) | (1,1) |
| - résultats déficitaires de filiales ou de consolidations fiscales | (4,7) | (3,9) | (6,0) |
| - effets des différences entre les résultats consolidés et imposables, et des résultats imposables à un taux réduit | 0,9 | (0,3) | (1,2) |
| - effets des retenues à la source | 0,4 | 0,4 | 0,8 |
| Taux d'imposition effectif | 28,5 | 30,2 | 26,6 |

Depuis 2000, les sociétés françaises sont soumises à un supplément d'impôt dont le taux était de 6,3 % pour les exercices 2002 à 2004, taux qui sera réduit à 4,8 % en 2005, et à 3,3 % en 2006. Ce supplément d'impôt a généré en 2004 une charge complémentaire de 17 millions d'euros (17 millions d'euros en 2003 et 10 millions d'euros en 2002).

23.4 Reports déficitaires

Au 31 décembre 2004, les reports déficitaires non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs, s'élèvent à 1 413 millions d'euros (1 682 en 2003 ; 1 810 en 2002), dont 238 millions d'euros au titre de déficits nés au cours de l'exercice (206 millions d'euros en 2003 et 569 millions d'euros en 2002).

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 277 millions d'euros en 2004 (296 en 2003 ; 314 en 2002).

- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur dans certains pays étrangers, notamment les Etats-Unis et la Grande-Bretagne ont généré une économie d'impôt complémentaire de 56 millions d'euros en 2004 (46 millions d'euros en 2003, 35 millions d'euros en 2002).

24. CHARGE D'AMORTISSEMENT DES ÉCARTS D'ACQUISITION

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Sociétés consolidées par : | | | |
| – intégration globale | (260) | (250) | (260) |
| – mise en équivalence | – | (4) | (2) |
| Amortissement courant | (260) | (254) | (262) |
| Amortissement exceptionnel | (24) | (46) | – |
| Charge totale d'amortissement | (284) | (300) | (262) |

La charge d'amortissement exceptionnel correspond :

- en 2004, pour 10 millions d'euros, à une dépréciation additionnelle de l'écart d'acquisition de La Brosse & Dupont, et pour 14 millions d'euros, à la dépréciation totale de l'écart d'acquisition d'Omas.
- en 2003, à une dépréciation partielle de l'écart d'acquisition de La Brosse & Dupont, à hauteur de 30 millions d'euros, et d'Acqua di Parma pour 12 millions d'euros.

25. 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.

25.1 Couverture du risque de change

Une part importante des ventes faites par les sociétés du Groupe, à leurs clients ou à leurs propres filiales de distribution, ainsi que certains de leurs achats, sont effectués en devises ; l'ensemble de ces flux en devises est constitué principalement de flux intra-groupe. Les instruments de couverture utilisés ont pour objet de réduire les risques de change issus des variations de parité de ces devises par rapport à la monnaie fonctionnelle de ces sociétés, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants.

Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts progressivement, dans 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.

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.

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 2005 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 2004, 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 2004, sont les suivantes :

| (en millions d'euros) | Montants nominaux des contrats | | | | Valeur de marché ⁽¹⁾ |
|--|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 et 2007 | Total | |
| Contrats de change à terme ⁽²⁾ | | | | | |
| USD | 171 | 55 | 6 | 232 | 12 |
| JPY | 38 | 21 | – | 59 | 4 |
| GBP | 41 | (277) | – | (236) | 1 |
| Autres | 35 | (2) | – | 33 | 1 |
| | 285 | (203) | 6 | 88 | 18 |
| Swaps cambistes ⁽²⁾ | | | | | |
| CHF | 901 | – | – | 901 | 7 |
| USD | 71 | – | – | 71 | 2 |
| GBP | 40 | – | – | 40 | 1 |
| JPY | (59) | – | – | (59) | 1 |
| Autres | 39 | – | – | 39 | 1 |
| | 992 | – | – | 992 | 12 |
| Swaps de devises ⁽²⁾ | | | | | |
| SGD | – | – | (56) | (56) | (4) |
| JPY | – | – | (33) | (33) | (8) |
| CZK | – | – | (25) | (25) | 1 |
| USD | – | (15) | – | (15) | (4) |
| Autres | – | – | (19) | (19) | (6) |
| | – | (15) | (133) | (148) | (21) |
| Options achetées | | | | | |
| Put USD | 88 | 552 | 110 | 750 | 109 |
| Put JPY | – | 250 | – | 250 | 18 |
| | 88 | 802 | 110 | 1 000 | 127 |
| Tunnels | | | | | |
| Vendeur USD | – | 432 | 337 | 769 | 60 |
| Vendeur JPY | 82 | 349 | 246 | 677 | 24 |
| Autres | – | 45 | – | 45 | 5 |
| | 82 | 826 | 583 | 1 491 | 89 |
| Ventes de call | | | | | |
| JPY | – | 34 | – | 34 | – |

(1) Produit / (charge)

(2) Vente / (achat)

Effet de conversion des résultats des filiales étrangères

La part dans le résultat net consolidé de 2004 représentative de résultats de filiales établissant leurs comptes en dollars US et monnaies rattachées, yens et livres sterling s'élève à 566 millions d'euros. Une variation de 10 % du cours de ces devises aurait une incidence de 94 millions d'euros sur le résultat opérationnel, et de 57 millions d'euros sur le résultat net.

25.2 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 2004, 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 par échéance | | | Total | Valeur de marché ⁽¹⁾ |
|---|---|--------------|--------------|--------------|---------------------------------|
| | < 1 an | 1 à 5 ans | > 5 ans | | |
| Swaps de taux – payeur fixe | | | | | |
| EUR | 469 | 1 250 | 300 | 2 019 | (38) |
| Autres | – | – | – | – | – |
| | 469 | 1 250 | 300 | 2 019 | (38) |
| Swaps de taux – payeur variable | | | | | |
| EUR | 1 397 | 1 681 | 1 350 | 4 428 | 224 |
| Autres | – | – | – | – | – |
| | 1 397 | 1 681 | 1 350 | 4 428 | 224 |
| Swaps de taux – variable / variable | | | | | |
| EUR | 900 | 950 | – | 1 850 | (29) |
| USD | 606 | – | – | 606 | (15) |
| Autres | – | – | – | – | – |
| | 1 506 | 950 | – | 2 456 | (44) |
| Caps achetés | | | | | |
| EUR | 1 680 | 1 650 | – | 3 330 | 18 |
| USD | 606 | – | – | 606 | 2 |
| Autres | – | – | – | – | – |
| | 2 286 | 1 650 | – | 3 936 | 20 |
| Tunnels (achat de cap & ventes de floors) | | | | | |
| EUR | 300 | 1 750 | – | 2 050 | 11 |
| Autres | – | – | – | – | – |
| | 300 | 1 750 | – | 2 050 | 11 |

(1) Produit / (charge)

25.3 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 couverture.

25.4 Tableau récapitulatif des valeurs de marché

| (en millions d'euros) | 2004 | | 2003 | |
|---------------------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| | Valeur comptable | Juste valeur | Valeur comptable | Juste valeur |
| TDI | 92 | 75 | 158 | 115 |
| Emprunts obligataires et EMTN | 4 269 | 4 530 | 4 114 | 4 357 |
| Autres dettes financières | 1 707 | 1 707 | 1 957 | 1 957 |
| Concours bancaires courants | 234 | 234 | 252 | 252 |
| Titres de participation | 28 | 28 | 9 | 9 |
| Valeurs mobilières de placement | 201 | 217 | 222 | 225 |
| Disponibilités | 1 017 | 1 017 | 823 | 823 |
| Dérivés de change | 87 | 225 | 63 | 308 |
| Dérivés de taux d'intérêts | 61 | 173 | 50 | 94 |

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 2004 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.

26. AUTRES ENGAGEMENTS, PASSIFS ÉVENTUELS ET LITIGES EN COURS

26.1 Engagements d'achat

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|------|------|------|
| Raisins, vins et eaux de vie | 775 | 456 | 429 |
| Immobilisations industrielles ou commerciales | 77 | 81 | 104 |
| Titres de participation ⁽¹⁾ | 257 | 470 | 756 |

(1) après déduction des effets des événements post-clôture – Voir Note 29

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 2005 et 2006.

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.

26.2 Titrisation de créances commerciales

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|------------|------------|------------|
| Créances ayant fait l'objet de cession Dailly | 268 | 260 | 260 |
| Dont : risque de non-recouvrement conservé par LVMH | (116) | (112) | (100) |
| Financement net mobilisé | 152 | 148 | 160 |

26.3 Cautions, avals et autres garanties

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Avals et cautions | 29 | 32 | 35 |
| Hypothèques et nantissements | - | 5 | 12 |
| Autres garanties | 48 | 38 | 49 |
| Garanties données | 77 | 75 | 96 |
| Garanties reçues | 8 | 11 | 12 |

26.4 Engagements de location et assimilés

Au 31 décembre 2004, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 1 693 (1 592 en 2003 ; 1 526 en 2002).

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.

26.5 Échéancier des engagements au 31 décembre 2004

| (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 | 775 | 296 | 117 | 117 | 245 |
| Engagements d'achat d'immobilisations | 77 | 56 | 9 | 12 | - |
| Engagements d'achat de titres (1) | 257 | 100 | 134 | 23 | - |
| Créances ayant fait l'objet d'une cession Dailly | 152 | 152 | - | - | - |
| Engagements de location et assimilés : | | | | | |
| - locations simples | 2 352 | 367 | 653 | 548 | 784 |
| - redevances de concessions | 448 | 174 | 125 | 63 | 86 |
| - redevances de crédit-bail (dont 361 représentatifs d'intérêts) | 518 | 16 | 44 | 34 | 424 |
| Cautions, avals et autres garanties donnés | 77 | 23 | 34 | 5 | 15 |

(1) après déduction des effets des événements post-clôture – Voir Note 29.

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 2004, les engagements futurs non résiliables résultant de ces contrats s'analysent de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Locations simples | 2 352 | 2 271 | 2 251 |
| Redevances de concessions | 448 | 617 | 916 |
| Engagements de location hors bilan | 2 800 | 2 888 | 3 167 |
| Redevances de crédit-bail et locations de longue durée | 518 | 429 | 531 |
| Intérêts compris dans les redevances de crédit-bail et locations de longue durée | (361) | (305) | (387) |
| Dettes de crédit-bail et locations de longue durée au bilan | 157 | 124 | 144 |
| Total des loyers futurs | 2 957 | 3 012 | 3 311 |

Les loyers encourus au cours de l'exercice pour les contrats de locations (nets de sous-locations) sont les suivants :

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|-----------------------|------|------|------|
| Loyers minima | 368 | 368 | 334 |

26.6 Autres engagements

A la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

26.7 Passifs éventuels et litiges en cours

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est impliqué dans ou a engagé diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de la propriété intellectuelle, la mise en place de systèmes de distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales, et toutes autres matières inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de la clôture, sont

d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de façon significative en cas d'issue défavorable.

27. FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Les frais de recherche et développement comptabilisés en charges au cours de l'exercice s'élèvent à 38 millions d'euros en 2004 (38 millions d'euros en 2003 ; 36 millions d'euros en 2002). 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 2004 (41 millions d'euros en 2003 ; 47 millions d'euros en 2002).

28. DONNÉES SOCIALES

28.1 Effectifs

L'effectif moyen en 2004 est de 56 508 (54 960 en 2003 ; 53 812 en 2002).

Au 31 décembre, l'effectif des entreprises consolidées par intégration globale se répartit de la façon suivante :

| Par groupe d'activité | 2004 | 2003 | 2002 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Vins et Spiritueux | 4 698 | 4 757 | 4 801 |
| Mode et Maroquinerie | 18 323 | 17 177 | 16 323 |
| Parfums et Cosmétiques | 13 490 | 13 082 | 13 006 |
| Montres et Joaillerie | 1 777 | 2 255 | 2 366 |
| Distribution sélective | 20 045 | 18 091 | 18 243 |
| Autres activités | 877 | 879 | 1 073 |
| Total | 59 210 | 56 241 | 55 812 |
| Par zone géographique | | | |
| France | 19 339 | 19 343 | 20 214 |
| Europe (hors France) | 11 767 | 11 393 | 10 671 |
| Amérique | 14 010 | 12 802 | 12 798 |
| Japon | 4 897 | 4 175 | 3 874 |
| Asie Pacifique | 9 197 | 8 528 | 8 255 |
| Total | 59 210 | 56 241 | 55 812 |
| Par catégorie | | | |
| Ouvriers | 8 908 | 9 048 | 8 979 |
| Employés | 35 548 | 32 609 | 31 628 |
| Agents de maîtrise | 5 716 | 5 700 | 5 568 |
| Cadres | 9 038 | 8 884 | 9 637 |
| Total | 59 210 | 56 241 | 55 812 |

28.2 Charges de personnel

Les charges de personnel s'élèvent à 2 206 millions d'euros (2 171 en 2003 ; 2 252 en 2002).

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 2004 s'élève à 69 millions d'euros (64 millions d'euros en 2003 ; 69 millions d'euros en 2002).

28.3 Rémunération des dirigeants

En 2004, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 148 mille euros à titre de jetons de présence.

Les rémunérations versées en 2004 au titre de leurs fonctions dans le Groupe aux membres du Conseil d'Administration et aux membres du Comité Exécutif, soit 19 personnes, ont été de respectivement 1,2 et 35,2 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 18,2 millions d'euros.

28.4 Charges et provisions au titre des retraites du personnel, frais médicaux et engagements assimilés

• Charge de l'exercice

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Coût des services rendus | 36 | 40 | 34 |
| Effet de l'actualisation | 18 | 18 | 15 |
| Rendement attendu des placements dédiés | (7) | (7) | (6) |
| Amortissement des écarts actuariels | 2 | 1 | 3 |
| Modifications des régimes | 24 | 16 | – |
| Charge de l'exercice | 73 | 68 | 46 |

• Analyse de l'engagement

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---------------------------------|------------|------------|------------|
| Valeur actualisée des droits | 525 | 431 | 371 |
| Valeur de marché des placements | (264) | (192) | (149) |
| Éléments non reconnus | (43) | (34) | (38) |
| Engagement net | 218 | 205 | 184 |
| Dont : | | | |
| Autres passifs à plus d'un an | 218 | 200 | 177 |
| Autres passifs à moins d'un an | 3 | 8 | 7 |
| Immobilisations financières | (3) | (3) | – |
| Total | 218 | 205 | 184 |

• 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 |
|---|------------------------------|---------------------------------|-----------------------|------------------|
| Solde au 31 décembre 2002 | 371 | (149) | (38) | 184 |
| 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 ⁽¹⁾ | 29 | (24) | – | 5 |
| Autres (écarts actuariels et modifications de régime) | 13 | – | (13) | – |
| Solde au 31 décembre 2003 | 431 | (192) | (34) | 205 |
| Charge de l'exercice | 54 | (7) | 26 | 73 |
| Prestations versées aux bénéficiaires | (36) | 21 | – | (15) |
| Augmentation des placements dédiés | – | (41) | – | (41) |
| Effet des variations de taux de change | (10) | 4 | – | (6) |
| Effet des variations de périmètre | 2 | – | – | 2 |
| Modifications des régimes | 87 | (46) | (41) | – |
| Écarts actuariels | (3) | (3) | 6 | – |
| Solde au 31 décembre 2004 | 525 | (264) | (43) | 218 |

(1) Voir Autres passifs à moins d'un an

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements au 31 décembre 2004, dans les principaux pays de localisation de ces derniers, sont les suivantes :

| | |
|---|---|
| Taux d'actualisation | 2,00 % au Japon, 4,75 % en France, 5,75 % aux Etats-Unis |
| Taux de rendement long terme attendu des placements | 4,00 % au Japon, 4,75 % en France, 8,00 % aux Etats-Unis |
| Taux d'augmentation future des salaires | 2,00 % à 4,00 % |
| Taux d'augmentation des coûts médicaux | décroissant de 9 % à 5 % entre 2005 et 2009, 5 % ensuite aux Etats-Unis |

• Analyse des droits

La ventilation de la valeur actualisée des droits, selon qu'ils sont couverts ou non couverts par des actifs financiers, est la suivante :

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 |
|---|------------|------------|
| Droits couverts par des actifs financiers | 155 | 159 |
| Droits non couverts par des actifs financiers | 370 | 272 |
| Valeur actualisée des droits | 525 | 431 |

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

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 |
|--|------------|------------|
| Indemnités de départ en retraite et assimilées | 75 | 77 |
| Frais médicaux des retraités | 57 | 64 |
| Médailles du travail | 10 | 13 |
| Retraites complémentaires | 334 | 228 |
| Pré-retraites | 41 | 41 |
| Autres | 8 | 8 |
| Valeur actualisée des droits | 525 | 431 |

29. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

- A la suite d'une Offre Publique d'Achat amicale clôturée fin décembre 2004, LVMH a acquis, en janvier 2005, 99 % du capital de Glenmorangie Plc, société britannique cotée à Londres (Royaume-Uni), et le solde en mars 2005 dans le cadre d'une procédure de retrait. Le montant versé pour la totalité du capital, et les options en vie à la date de l'opération, est de 310 millions de livres sterling.

Conformément aux termes de l'Offre, ce prix est payable à hauteur de 51 millions de livres sterling sous forme de " Loan Notes ", portant intérêt au taux du LIBOR GBP moins 0,80 %, remboursables au pair au gré des porteurs à partir du 15 décembre 2005 lors des paiements des intérêts les 15 juin et 15 décembre de chaque année et au plus tard le 15 décembre 2012.

Le groupe Glenmorangie détient en particulier les marques de whisky « single malt » Glenmorangie, Ardbeg et Glen Moray.

Au 31 mars 2004, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel publiés de Glenmorangie étaient, pour l'exercice écoulé, de respectivement 69 et 12 millions de livres sterling, et l'actif net consolidé s'élevait à 82 millions de livres sterling, selon les normes en vigueur au Royaume-Uni.

- En janvier 2005, LVMH a cédé la totalité de sa participation dans Christian Lacroix pour un montant symbolique (voir également Note 22 : Autres produits et charges).
- Dans le cadre d'un protocole d'accord établi en février 2005, LVMH a acquis en avril 2005 les 30 % de Millennium non encore détenus, pour un montant de 120 millions de dollars US.

LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2004

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | | SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | |
|--|--|-------------|---------|--|---------------------------------------|-------------|---------|
| | | CONTRÔLE | INTÉRÊT | | | CONTRÔLE | INTÉRÊT |
| VINS ET SPIRITUEUX | | | | | | | |
| Champagne Moët & Chandon SCS | Epernay, France | 100 % | 66 % | Riche Monde Shanghai Consulting Ltd | Shanghai, Chine | 100 % | 66 % |
| Moët Hennessy UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 66 % | Moët Hennessy Diageo KK | Tokyo, Japon ⁽⁵⁾ | 100 % | 66 % |
| Moët Hennessy España SA | Barcelone, Espagne | 100 % | 66 % | Moët Hennessy Asia Pte Ltd | Singapour | 100 % | 65 % |
| Moët Hennessy (Suisse) SA | Genève, Suisse | 100 % | 66 % | Moët Hennessy Australia Ltd | Rosebury, Australie | 100 % | 65 % |
| Champagne Des Moutiers SA | Epernay, France | 100 % | 66 % | Millennium Import LLC | Minneapolis, MN, U.S.A. | 70 % | 46 % |
| Schieffelin Partner Inc | New York, U.S.A. | 100 % | 66 % | Millennium Brands Ltd | Dublin, Irlande | 70 % | 46 % |
| Moët Hennessy de Mexico, S.A. de C.V. | Mexico, Mexique | 100 % | 66 % | Polmos Zyrardow | Zyrardow, Pologne | 98 % | 45 % |
| Chamfipar SA | Ay, France | 100 % | 66 % | MODE ET MAROQUINERIE | | | |
| Société Viticole de Reims SA | Ay, France | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Malletier SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Cie Française du Champagne et du Luxe SA | Ay, France | 100 % | 66 % | Arcad S.r.l. | Fiesso d'Artico, Italie | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy Belux SA | Bruxelles, Belgique | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC | Saint Barthélémy, Antilles Françaises | 100 % | 100 % |
| Champagne de Mansin SAS | Gye sur Seine, France | 100 % | 66 % | Société des Ateliers Louis Vuitton SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy Deutschland GmbH | Munich, Allemagne | 100 % | 66 % | Société Louis Vuitton Services SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy Italia S.p.a. | Milan, Italie | 100 % | 66 % | Société Magasins Louis Vuitton France SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Schieffelin & Somerset | New York, U.S.A. | 100 % | 66 % | Belle Jardinière SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy (Nederland) BV | Naarden, Pays-Bas | 100 % | 66 % | Belle Jardinière Immo SAS | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Schieffelin & Co | New York, U.S.A. | 100 % | 66 % | Sedivem SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| MHD Moët Hennessy Diageo SAS | Courbevois, France | 100 % | 66 % | Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA | La Chaux-de-Fonds, Suisse | 95 % | 95 % |
| Moët Hennessy Osterreich GmbH | Vienne, Autriche | 90 % | 59 % | Louis Vuitton Monaco SA | Monte Carlo, Monaco | 100 % | 100 % |
| Deux Rivières General Partnership | Yountville (Californie), U.S.A. ⁽²⁾ | 100 % | 15 % | LVMH Fashion Group UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Opera Vineyards SA | Buenos Aires, Argentine ⁽¹⁾ | 50 % | 33 % | Louis Vuitton Deutschland GmbH | Düsseldorf, Allemagne | 100 % | 100 % |
| France Champagne SA | Epernay, France | 100 % | 66 % | Louis Vuitton España SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| Domaine Chandon, Inc | Yountville (Californie), U.S.A. | 100 % | 66 % | Catalana Talleres Artesanos Louis Vuitton SA | Barbera del Valles, Espagne | 100 % | 100 % |
| Cape Mentelle Vineyards Ltd | Margaret River, Australie | 100 % | 66 % | Louis Vuitton BV | Amsterdam, Pays-Bas | 100 % | 100 % |
| Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd | Sydney, Australie | 100 % | 66 % | LVMH Fashion Group Belgium SA | Bruxelles, Belgique | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy do Brasil – Vinhos e Destilados Ltda | Sao Paulo, Brésil | 100 % | 66 % | LVMH Fashion Group Italia S.p.a. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| Cloudy Bay Vineyards Ltd | Blenheim, Nouvelle Zélande | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Hellas SA | Athènes, Grèce | 100 % | 100 % |
| Bodegas Chandon Argentina SA | Buenos Aires, Argentine | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Portugal Maleiro, Lda. | Lisbonne, Portugal | 100 % | 100 % |
| Domaine Chandon Australia Pty Ltd | Coldstream Victoria, Australie | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Ltd | Tel Aviv, Israël | 100 % | 100 % |
| Mountadam Vineyards Pty Ltd | Adelaide, Australie | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Danmark A/S | Copenhague, Danemark | 100 % | 100 % |
| Newton Vineyards LLC | St Helena (Californie), U.S.A. | 80 % | 53 % | Louis Vuitton Aktiebolag (Suède) SA | Stockholm, Suède | 100 % | 100 % |
| Veuve Clicquot Ponsardin SCS | Reims, France | 100 % | 66 % | LVMH FG Switzerland SA | Genève, Suisse | 100 % | 99 % |
| Société Civile des Crus de Champagne SA | Reims, France | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Ceska s.r.o. | Prague, République Tchèque | 100 % | 100 % |
| Neggma SA | Reims, France | 50 % | 33 % | Louis Vuitton Osterreich GmbH | Vienne, Autriche | 100 % | 100 % |
| Veuve Clicquot U.K. Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Cantacilik Ticaret AS | Istanbul, Turquie | 99 % | 99 % |
| Clicquot, Inc | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 66 % | LV US Manufacturing, Inc | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Veuve Clicquot Japan KK | Tokyo, Japon | 100 % | 66 % | LVMH Fashion Group Hawaii Inc | Honolulu, Hawaï | 100 % | 100 % |
| Krug SA | Reims, France | 100 % | 66 % | LVNA Finances Corp | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Champagne Ruinart SA | Reims, France | 100 % | 66 % | Atlantic Luggage Company Ltd | Hamilton, Bermudes | 100 % | 40 % |
| Ruinart UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Guam, Inc | Guam | 100 % | 100 % |
| Ruinart España SL | Madrid, Espagne | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Saipan, Inc | Saipan | 100 % | 100 % |
| Château d'Yquem SA | Sauternes, France | 65 % | 65 % | San Dimas Luggage Company | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Château d'Yquem SC | Sauternes, France | 64 % | 64 % | LVMH FG Brasil Ltda | Sao Paulo, Brésil | 100 % | 100 % |
| Jas Hennessy & Co SCS | Cognac, France | 99 % | 65 % | Louis Vuitton Mexico S de RL de CV | Mexico, Mexique | 100 % | 100 % |
| UD Moët Hennessy BV | La Haye, Pays-Bas ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | Blinfar SA | Montevideo, Uruguay | 100 % | 100 % |
| Hennessy Dublin Ltd | Dublin, Irlande | 100 % | 66 % | LV Chile Ltda. | Santiago del Chile, Chile | 100 % | 100 % |
| Edward Dillon & Co Ltd | Dublin, Irlande ⁽²⁾ | 40 % | 26 % | LVMH Fashion Group Pacific Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Hennessy Far East Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 65 % | Louis Vuitton Hong Kong Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Riche Monde Orient Limited | Hong Kong, Chine ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | Louis Vuitton (Philippines), Inc. | Makati, Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Riche Monde Ltd | Hong Kong, Chine ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| Riche Monde (China) Ltd | Shanghai, Chine | 100 % | 66 % | PT Louis Vuitton Indonesia | Jakarta, Indonésie | 100 % | 100 % |
| M.H. – U.D.G. (Far East) Ltd | Hong Kong, Chine ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | Louis Vuitton (Malaysia) SDN Bhd. | Kuala-Lumpur, Malaisie | 100 % | 100 % |
| Riche Monde Pte Ltd | Singapour ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | Louis Vuitton Taiwan Ltd | Taipei, Taiwan | 95 % | 95 % |
| Riche Monde Malaisie Inc | Petaling Jaya, Malaisie ⁽³⁾ | 50 % | 33 % | Louis Vuitton Australia, PTY Limited. | Sydney, Australie | 100 % | 100 % |
| Riche Monde Taipei Ltd | Taipei, Taiwan ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | LV New Zealand Ltd | Auckland, Nouvelle Zélande | 100 % | 100 % |
| Riche Monde Bangkok Ltd | Bangkok, Thaïlande ⁽³⁾ | 100 % | 66 % | LV Cup New Zealand Ltd | Auckland, Nouvelle Zélande | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy Korea Ltd | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 65 % | Louis Vuitton Kuwait CSP | Safat, Koweït | 60 % | 60 % |
| Moët Hennessy Shanghai Ltd | Shanghai, Chine | 100 % | 66 % | Louis Vuitton EAU LLC | Dubai, Emirats Arabes Unis | 65 % | 65 % |
| Moët Hennessy India pvt. Ltd | New Delhi, Inde | 100 % | 66 % | LV Arabie Saoudite LLC | Jeddah, Arabie Saoudite | 65 % | 65 % |
| Moët Hennessy Taiwan Ltd | Taipei, Taiwan | 100 % | 65 % | | | | |
| RML DF Greater China | Shanghai, Chine | 100 % | 66 % | | | | |

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | |
|--|------------------------------------|-------------|---------|
| | | CONTRÔLE | INTÉRÊT |
| Louis Vuitton Korea Ltd | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 100 % |
| LVMH Fashion Group Trading 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. | Santafé de Bogota, Colombie | 100 % | 100 % |
| Louis Vuitton Maroc Sarl | Casablanca, Maroc | 100 % | 100 % |
| LV Venezuela SA | Caracas, Venezuela | 100 % | 100 % |
| Louis Vuitton South Africa (Pty) Limited | Johannesbourg, Afrique du Sud | 100 % | 100 % |
| Louis Vuitton Macau Company Ltd | Macau | 100 % | 100 % |
| LVMH Fashion Group (Shanghai) Trading Co Ltd | Shanghai, Chine | 100 % | 100 % |
| LVJ Group KK | Tokyo, Japon | 99 % | 99 % |
| LVMH Fashion Group Americas Inc | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 100 % |
| LV Canada Inc | Toronto, Canada | 100 % | 100 % |
| LVMH Fashion Group Services SAS | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Marc Jacobs International LLC | New York ^(*) , U.S.A. | 96 % | 96 % |
| Marc Jacobs Trademark LLC | New York ^(*) , U.S.A. | 100 % | 33 % |
| Loewe SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| Loewe Hermanos SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| Loewe Textil SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| Manufacturas Loewe SL | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| LVMH Fashion Group France SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Loewe Hermanos UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Loewe Saïpan Inc | Saïpan, Iles Mariannes | 100 % | 100 % |
| Loewe Guam Inc | Guam | 100 % | 100 % |
| Loewe Hong Kong Ltd | Quarry Bay, Hong-Kong | 100 % | 100 % |
| Loewe Fashion Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| Loewe Fashion (m) Sdn Bhd | Kuala Lumpur, Malaisie | 100 % | 100 % |
| Loewe Taïwan Ltd | Taïpei, Taïwan | 100 % | 95 % |
| Loewe Australia Pty Ltd | Sydney, Australie | 100 % | 100 % |
| Berluti SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Société Distribution Robert Estienne SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Manifattura Ferrarese S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| LVMH FG Industria S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| Caltunificio Rossi Moda S.p.a. | Vigonzana, Italie | 100 % | 97 % |
| Rossi Moda Inc | New York, U.S.A. | 100 % | 97 % |
| Rossi Moda S.p.a. | Vigonzana, Italie | 97 % | 97 % |
| Rossimoda France SARL | Paris, France | 100 % | 97 % |
| Brenta Suole S.r.l. | Fendi, Italie | 100 % | 63 % |
| Somarest SARL | Sibiu, Roumanie | 100 % | 100 % |
| Montaigne KK | Tokyo, Japon | 100 % | 99 % |
| Modulo Italia S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| Céline SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Avenue M International SCA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Enilec Gestion SARL | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Céline Montaigne SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Céline Monte-Carlo SA | Monte-Carlo, Monaco | 100 % | 100 % |
| Céline Production S.r.l. | Florence, Greve in Chianti, Italie | 100 % | 100 % |
| Céline Suisse SA | Genève, Suisse | 100 % | 100 % |
| Céline UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Céline Inc | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 100 % |
| Céline Hong Kong Ltd | Hong-Kong, Chine | 99 % | 99 % |
| Céline (Singapour) Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| Céline Guam Inc | Tamming, Guam | 100 % | 100 % |
| Céline Hawaii Inc. | Hawaï, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Céline Korea Ltd | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 100 % |
| Céline Taïwan Ltd | Taïpei, Taïwan | 100 % | 97 % |
| CPC International Ltd | Hong kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Kami SA | Montbazon, France | 100 % | 100 % |
| Kenzo SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Kenzo Homme SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Modulo SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Kenzo Deutschland GmbH | Düsseldorf, Allemagne | 100 % | 100 % |

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | |
|--|------------------------------------|-------------|---------|
| | | CONTRÔLE | INTÉRÊT |
| Kenzo Belgique SA | Bruxelles, Belgique | 100 % | 100 % |
| Kenzo UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Kenzo NA Inc, Corp. | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 100 % |
| Kenzo Fashion Iberica SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| Kenzo Homme UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Kenzo Japan KK | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| Modulo BV | Amstelveen, Pays-Bas | 100 % | 100 % |
| Givenchy SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Givenchy Corporation | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Givenchy Co Ltd | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| Gentleman Givenchy Far East Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Givenchy China Co Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Christian Lacroix SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Gabrielle Studio, Inc | New York, U.S.A. | 100 % | 98 % |
| Donna Karan International Inc | New York, U.S.A. ^(*) | 98 % | 98 % |
| The Donna Karan Company LLC | New York, U.S.A. | 100 % | 98 % |
| Donna Karan Service Company BV | Oldenzaal, Pays-Bas | 100 % | 98 % |
| Donna Karan Studio LLC | New York, U.S.A. | 100 % | 98 % |
| The Donna Karan Company Store LLC | New York, U.S.A. | 100 % | 98 % |
| Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 98 % |
| Donna Karan Management Company UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 98 % |
| Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 98 % |
| Donna Karan Company Store (UK) Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 98 % |
| Donna Karan H. K. Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 98 % |
| Donna Karan (Italy) S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 98 % |
| Donna Karan (Italy) Production Services S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 98 % |
| Fendi International BV | Amsterdam, Pays-Bas | 100 % | 94 % |
| Fendi International SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Fendi SA Luxembourg | Luxembourg, Luxembourg | 94 % | 94 % |
| Fendi S.r.l. | Rome, Italie | 100 % | 94 % |
| Fendi Adele S.r.l. | Rome, Italie | 100 % | 94 % |
| Fendi Immobili Industriali S.r.l. | Florence, Italie | 100 % | 94 % |
| Fendi Italia S.r.l. | Rome, Italie | 100 % | 100 % |
| Fendi UK Limited | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Fendi France SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Fendi Japan KK Inc. | Tokyo, Japon | 100 % | 99 % |
| Fendi Hawaii Inc. | Wilmington (Delaware), U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Fendi North America, Inc | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 94 % |
| Fendi Australia Pty Ltd | Sydney, Australie | 100 % | 100 % |
| Fendi Guam Inc | Tumon, Guam | 100 % | 100 % |
| Fendi Asia Pacific Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| Fendi Korea Ltd | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 100 % |
| Fendi Taiwan Ltd | Taipei, Taiwan | 75 % | 75 % |
| Fendi Hong Kong Limited | Hong Kong, Chine | 70 % | 70 % |
| Fendi China Boutiques Limited | Hong Kong, Chine | 70 % | 70 % |
| Fendi (Singapore) Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| Fendi Fashion Malaysia Snd. Bhd. | Kuala Lumpur, Malaisie | 100 % | 100 % |
| Emilio Pucci S.r.l. | Florence, Italie | 96 % | 96 % |
| Emilio Pucci International BV | Naarden, Pays-Bas | 67 % | 67 % |
| Emilio Pucci, Ltd | New York, U.S.A. | 100 % | 96 % |
| Thomas Pink Holdings Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Thomas Pink Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Thomas Pink BV | Rotterdam, Pays-Bas | 100 % | 100 % |
| Thomas Pink Inc. | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 100 % |
| Thomas Pink Ireland Ltd | Dublin, Irlande | 100 % | 100 % |
| Thomas Pink Belgium SA | Bruxelles, Belgique | 100 % | 100 % |
| Thomas Pink France SAS | Paris, France | 100 % | 100 % |
| e-Luxury.com Inc. | San Francisco (Californie), U.S.A. | 100 % | 100 % |

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | | SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | |
|--|----------------------------|-------------|---------|---|-------------------------------------|-------------|---------|
| | | CONTRÔLE | INTÉRÊT | | | CONTRÔLE | INTÉRÊT |
| PARFUMS ET COSMÉTIQUES | | | | | | | |
| Parfums Christian Dior SA | Paris, France | 100 % | 100 % | Guerlain De Mexico SA | Satellite, Mexique | 100 % | 100 % |
| LVMH P&C Thailand Co Ltd | Bangkok, Thaïlande | 49 % | 49 % | Guerlain Puerto Rico, Inc | San Juan, Puerto Rico | 100 % | 100 % |
| LVMH Parfums & Cosmétiques do Brasil Ltda | Sao Paulo, Brésil | 99 % | 99 % | Guerlain Asia Pacific Ltd (Hong Kong) | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| France Argentine Cosmetics SA | Buenos Aires, Argentine | 100 % | 100 % | Guerlain KK | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| LVMH P&C Shanghai Co Ltd | Shanghai, Chine | 100 % | 100 % | Guerlain Taiwan Co Ltd | Taïpei, Taïwan | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior Finland Oy | Helsinki, Finlande | 100 % | 100 % | Guerlain Oceania Australia Pty Ltd | Melbourne, Australie | 100 % | 100 % |
| LVMH P&C Inc | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % | Guerlain Malaysia SDN Berhad Inc. | Kuala Lumpur, Malaisie | 100 % | 100 % |
| SNC du 33 avenue Hoche | Paris, France | 100 % | 100 % | Make Up For Ever SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Beauté SA | Athènes, Grèce | 100 % | 100 % | Make Up For Ever UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapore) Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % | Make Up For Ever LLC | New York, U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior (UK) Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % | Make Up For Ever Italie S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior BV Netherlands | Rotterdam, Pays-Bas | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy SA | Levallois, France | 100 % | 100 % |
| Iparkos BV | Rotterdam, Pays-Bas | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| LVMH Perfumes y Cosmetics Iberica SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy GmbH | Düsseldorf, Allemagne | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior S.A.B. | Bruxelles, Belgique | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy LLC | New York, U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| LVMH P&C Holding S.p.a. | Milan, Italie | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy Canada Ltd | Toronto, Canada | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior Ireland Ltd | Dublin, Irlande | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy KK | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior Hellas S.A. | Athènes, Grèce | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy WHD, Inc | New York, U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior A.G. | Zurich, Suisse | 100 % | 100 % | Parfums Givenchy Asia Pacific Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| Christian Dior Perfumes LLC | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % | Kenzo Parfums France SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Parfums Christian Dior Canada Inc | Montréal, Canada | 100 % | 100 % | Kenzo Parfums NA LLC | New York, U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| LVMH P&C de Mexico SA de CV | Mexico, Mexique | 100 % | 100 % | Laflachère SA | Beauvais, France | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior Japon K.K. | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % | La Brosse et Dupont SAS | Villepinte, France | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior (Singapour) Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % | La Brosse et Dupont Portugal SA | S. Domingos de Rana, Portugal | 100 % | 99 % |
| Inalux SA | Luxembourg | 100 % | 100 % | Mitsie SAS | Tarare, France | 100 % | 99 % |
| LVMH P&C Asia Pacific Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % | LBD Iberica SA | Barcelone, Espagne | 100 % | 99 % |
| Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd | Kowloon, Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % | Etablissements Arielix SA | Le Peyrat, France | 100 % | 99 % |
| LVMH P&C Shanghai Co, Ltd | Shanghai, Chine | 100 % | 100 % | Etablissements Ladoë SAS | Tourcoing, France | 100 % | 99 % |
| LVMH P&C Korea Ltd | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 100 % | LBD Ménage SAS | Beauvais, France | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % | LBD Belux SA | Bruxelles, Belgique | 100 % | 99 % |
| LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc | Kuala-Lumpur, Malaisie | 100 % | 100 % | SCI Masurel | Tourcoing, France | 100 % | 99 % |
| Fa Hua Hong Kong Co, Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % | SCI Sageda | Orange, France | 100 % | 99 % |
| Pardior de Mexico SA de CV | Mexico, Mexique | 100 % | 100 % | La Niçoise SAS | Carros, France | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior A/S k | Copenhague, Danemark | 100 % | 100 % | LBD Italia S.r.l. | Stezzano, Italie | 100 % | 99 % |
| LVMH P&C Pty Ltd | Sydney, Australie | 100 % | 100 % | Etablissements Mancret Père & Fils SA | Grenoble, France | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior AS Ltd | Hoevik, Norvège | 100 % | 100 % | Inter-Vion Spolka Akcyjna SA | Varsovie, Pologne | 51 % | 51 % |
| Parfums Christian Dior AB | Stockholm, Suède | 100 % | 100 % | Europa Distribution SAS | Saint Etienne, France | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior (New Zealand) Ltd | Auckland, Nouvelle Zélande | 100 % | 100 % | LBD Hong Kong | Hong Kong, Chine | 100 % | 99 % |
| Parfums Christian Dior GmbH Austria | Vienne, Autriche | 100 % | 100 % | Benefit Cosmetics LLC | San Francisco, (Californie), U.S.A. | 80 % | 80 % |
| Cosmetic of France Inc. | Miami (Floride), U.S.A. | 100 % | 100 % | Benefit Cosmetics UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 80 % |
| GIE LVMH P&C Recherche | Paris, France | 100 % | 100 % | Benefit Cosmetics Korea | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 80 % |
| GIE Parfums et Cosmétiques Information Services – PCIS | Levallois Perret, France | 100 % | 100 % | Fresh Inc. | Boston (Massachusetts), U.S.A. | 65 % | 65 % |
| Perfumes Loewe SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % | Fresh France SAS | Paris, France | 100 % | 65 % |
| Acqua Di Parma S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 100 % | LVMH Perfumes and Cosmetics Services LLC | Edison (New Jersey), U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| Guerlain SA | Paris, France | 100 % | 100 % | LVMH Cosmetics Services KK | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| LVMH Parfums & Kosmetik Deutschland GmbH | Wiesbaden, Allemagne | 100 % | 100 % | MONTRES ET JOAILLERIE | | | |
| Guerlain GmbH | Vienne, Autriche | 100 % | 100 % | TAG Heuer International SA | Luxembourg, Luxembourg | 100 % | 100 % |
| Cofra GmbH | Vienne, Autriche | 100 % | 100 % | TAG Heuer SA | Marin, Suisse | 100 % | 100 % |
| Guerlain SA (Belgique) | Fleurus, Belgique | 100 % | 100 % | LVMH Relojeria & Joyeria España SA | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| Oy Guerlain AB | Helsinki, Finlande | 100 % | 100 % | LVMH Montres & Joaillerie France SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Guerlain Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % | LVMH Watch & Jewelry Italy Holding S.p.a. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| LVMH Perfumeria e Cosmetica Lda. | Lisbonne, Portugal | 100 % | 100 % | LVMH Watch & Jewelry CE Europe | Bad Homburg, Allemagne | 100 % | 100 % |
| Guerlain SA (Suisse) | Genève, Suisse | 100 % | 100 % | Timecrown Ltd | Manchester, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Guerlain Inc | New York, U.S.A. | 100 % | 100 % | LVMH Watch & Jewelry UK Ltd | Manchester, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| Guerlain Canada Ltd | Montréal, Canada | 100 % | 100 % | Ebel Ltd | Manchester, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| | | | | Tag Heuer Ltd | Manchester, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| | | | | LVMH Watch & Jewelry U.S.A. (Inc) | Springfield, New Jersey, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| | | | | LVMH Watch & Jewelry Canada Ltd | Toronto, Canada | 100 % | 100 % |
| | | | | LVMH Watch & Jewelry Far East Ltd | Hong Kong, Chine | 99 % | 99 % |

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE CONTRÔLE | POURCENTAGE INTÉRÊT |
|--|--|-------------------------|------------------------|
| LVMH Watch & Jewelry Singapore Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch Jewelry Malaysia Sdn Bhd | Kuala Lumpur, Malaisie | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry Capital Pte Ltd | Singapour | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry Japan KK | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd | Melbourne, Australie | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd | Hong Kong | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd | Taipei, Taiwan | 100 % | 100 % |
| Cortech SA | Cornol, Suisse | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch et Jewelry Carribean & Latin America Inc. | Coral Gables (Floride), U.S.A. | 100 % | 100 % |
| ArteLink S.r.l. | Fratte di S. Giustina in Colle, Italie | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd | New Delhi, India | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch & Jewelry China | Shanghai, Chine | 100 % | 100 % |
| Chaumet International SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Chaumet London Ltd | Londres, Royaume Uni | 100 % | 100 % |
| Chaumet Horlogerie SA | Bienne, Suisse | 100 % | 100 % |
| Chaumet Monte-Carlo SAM | Monte Carlo, Monaco | 100 % | 100 % |
| Chaumet Korea Chusik Hoesa | Séoul, Corée du Sud | 51 % | 51 % |
| Zenith International SA | Le Locle, Suisse | 100 % | 100 % |
| Zenith Time Co Ltd | Manchester, Royaume Uni | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch et Jewelry Italy S.p.a. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| LVMH Watch et Jewelry Germany GmbH | Munich, Allemagne | 100 % | 100 % |
| Omas S.r.l. | Bologne, Italie | 100 % | 100 % |
| Delano SA | La Chaux-de-Fonds, Suisse | 100 % | 100 % |
| MMO Instruments de Précision SA | Meyrin, Suisse | 100 % | 100 % |
| Glasnost Edition SA | La Chaux-de-Fonds, Suisse | 100 % | 100 % |
| Ebel Boutique Crans SA | Crans-sur-Sierre, Suisse | 100 % | 100 % |
| Les Ateliers Horlogers LVMH SA | La Chaux-de-Fonds, Suisse | 100 % | 100 % |
| Fred Paris SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Joaillerie de Monaco SA | Monte Carlo, Monaco | 100 % | 100 % |
| Fred Inc | Beverly Hills (Californie), U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| Fred Londres Ltd | Londres, Royaume Uni | 100 % | 100 % |
| Benedom SARL | Paris, France | 100 % | 100 % |

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

| | | | |
|---------------------------------|--|-------|-------|
| Sephora SA | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| Sephora Luxembourg SARL | Luxembourg, Luxembourg | 100 % | 100 % |
| LVMH Iberia SL | Madrid, Espagne | 100 % | 100 % |
| LVMH Italia S.p.a. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| Sephora Portugal Perfumeria Lda | Lisbonne, Portugal | 100 % | 100 % |
| Sephora Pologne Spzoo | Varsovie, Pologne | 76 % | 76 % |
| Sephora Deutschland GmbH | Bad Homburg, Allemagne | 100 % | 100 % |
| Sephora UK Ltd | Londres, Royaume Uni | 100 % | 100 % |
| Clab S.r.l. | Milan, Italie | 100 % | 100 % |
| Sephora Marinopoulos SA | Athènes, Grèce | 50 % | 50 % |
| Beauty Shop Romania SA | Bucarest, Roumanie | 100 % | 50 % |
| Spring Time Cosmetics SA | Athènes, Grèce | 55 % | 27 % |
| Sephora Tchéquie SRO | Prague, République Tchèque | 100 % | 100 % |
| Sephora Monaco SAM | Monaco | 99 % | 99 % |
| Sephora China | Shanghai, Chine | 100 % | 81 % |
| Sephora Holding Asia | Shanghai, Chine | 100 % | 100 % |
| Sephora U.S.A., LLC. | San Francisco (Californie), U.S.A. (*) | 100 % | 100 % |
| Sephora Canada | Toronto, Canada | 100 % | 100 % |
| Sephora.com Inc. | San Francisco (Californie), U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Magasins de la Samaritaine SA | Paris, France | 55 % | 57 % |
| DFS Holdings Limited | Hamilton, Bermudes | 100 % | 61 % |

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE CONTRÔLE | POURCENTAGE INTÉRÊT |
|---|------------------------------------|-------------------------|------------------------|
| DFS Australia Pty. Limited | Sydney, Australie | 100 % | 61 % |
| DFS Australia Superannuation Pty Ltds | Sydney, Australie | 100 % | 61 % |
| DFS New Caledonia SARL | Nouméa, Nouvelle Calédonie | 100 % | 61 % |
| DFS Group Limited | Hamilton, Bermudes, U.S.A. | 100 % | 61 % |
| DFS European Logistics Limited | Hamilton, Bermudes, U.S.A. | 100 % | 61 % |
| DFS Saipan Limited | Saipan, Iles Mariannes | 100 % | 61 % |
| Kinkai Saipan L.P. | Saipan, Iles Mariannes | 100 % | 61 % |
| Commonwealth Investment Company, Inc. | Saipan, Iles Mariannes | 97 % | 59 % |
| Duty Free Shoppers Hong Kong Limited | Kowloon, Hong Kong, Chine | 100 % | 61 % |
| DFS China Partners Limited | Kowloon, Hong Kong, Chine | 100 % | 61 % |
| TRS Hong Kong | Kowloon, Hong Kong, Chine | 45 % | 28 % |
| DFS New Zealand Limited | Auckland, Nouvelle Zélande | 100 % | 61 % |
| Gateshire Marketing Sdn Bhd. | Kuala Lumpur, Malaisie | 100 % | 61 % |
| DFS Merchandising Limited | Antilles Néerlandaises | 100 % | 61 % |
| DFS Korea Limited | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 61 % |
| DFS Seoul Limited | Séoul, Corée du Sud | 100 % | 61 % |
| DFS Okinawa KK | Okinawa, Japon | 100 % | 61 % |
| TRS Okinawa | Okinawa, Japon | 45 % | 28 % |
| DFS Palau Limited | Koror, Palau | 100 % | 61 % |
| DFS Singapore (Pte) Limited | Singapour | 100 % | 61 % |
| DFS Trading Singapore (Pte) Limited | Singapour | 100 % | 61 % |
| DFS Venture Singapore (Pte) Limited | Singapour | 100 % | 61 % |
| DFS Taiwan Limited | Taipei, Taïwan | 100 % | 61 % |
| DFS Galleria Taiwan Limited | Taipei, Taïwan | 100 % | 61 % |
| Tou You Duty Free Shop Co. Ltd | Taipei, Taïwan | 100 % | 61 % |
| Duty Free Shoppers Macau Limited | Hong Kong, Chine | 45 % | 28 % |
| DFS Macau Limited | Hong Kong, Chine | 50 % | 31 % |
| Hong Kong International Boutique Partners | Hong Kong, Chine | 50 % | 31 % |
| DFS Sdn. Bhd. | Kuala Lumpur, Malaisie | 100 % | 61 % |
| Singapore International Boutique Partners | Singapour | 50 % | 31 % |
| JAL/DFS Duty Free Shoppers KK | Chiba, Japon | 40 % | 25 % |
| TRS New Zealand Limited | Auckland, Nouvelle Zélande | 45 % | 28 % |
| Travel Retail Shops Pty Limited | Sydney, Australie | 45 % | 28 % |
| DFS Group L.P. | San Francisco (Californie), U.S.A. | 100 % | 61 % |
| JFK Terminal 4 Joint Venture 2001 | New York, U.S.A. | 80 % | 49 % |
| LAX Duty Free Joint Venture 2000 | Los Angeles (Californie), U.S.A. | 77 % | 47 % |
| Royal Hawaiian Insurance Company Ltd | Hawaï, U.S.A. | 100 % | 61 % |
| DFS Waters. | Dallas (Texas) U.S.A. | 68 % | 42 % |
| Hawaï International Boutique Partners | Honolulu, Hawaï, U.S.A. | 50 % | 31 % |
| TRS Hawaii LLC | Honolulu, Hawaï, U.S.A. | 45 % | 28 % |
| TRS Saipan | Garapan, Saipan MP | 45 % | 28 % |
| TRS Guam | Tumon, Guam | 45 % | 28 % |
| DFS Guam LP | Tamuring, Guam | NA | 61 % |
| DFS Liquor Retailing Limited | Delaware, U.S.A. | NA | 61 % |
| Twenty Seven – Twenty Eight Corp. | Delaware, U.S.A. | NA | 61 % |
| Le Bon Marché SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| SEGEPE SNC | Paris, France | 99 % | 99 % |
| Franck & Fils SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Balthazar SNC | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Tumon Entertainment LLC | Tamuring, Guam | 100 % | 100 % |
| Comete Guam Inc | Tamuring, Guam | 100 % | 100 % |
| Tumon Games LLC | Tamuring, Guam | 100 % | 100 % |
| Tumon Aquarium LLC | Tamuring, Guam | 100 % | 100 % |
| Comete Saipan Inc. | Saipan NMI | 100 % | 100 % |
| Cruise Line Holdings Co | Delaware, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| International Cruise Shop | Cayman Islands | 100 % | 100 % |
| Starboard Holdings Ltd | Delaware, U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Cruise Management International Inc. | Miami (Floride) U.S.A. | 100 % | 100 % |
| On-Board Media Inc. | Miami (Floride) U.S.A. | 100 % | 100 % |

| SOCIÉTÉS | SIÈGE SOCIAL | POURCENTAGE | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------|--------------|
| | | CONTRÔLE | INTÉRÊT |
| Starboard Cruise Services Inc. | Miami (Floride) U.S.A. | 100 % | 100 % |
| Fort Lauderdale Partnership | Ft Lauderdale (Floride) U.S.A. | 75 % | 75 % |
| Miami Airport Duty-Free Joint Venture | Miami (Floride) U.S.A. | 66 % | 66 % |
| 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 Editions Classique Affaires SARL | Paris, France | 100 % | 100 % |
| DI SAS | Paris, France | 100 % | 100 % |
| SFFA SARL | 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 Ltd | Londres, Royaume-Uni ⁽²⁾ | 49 % | 49 % |
| De Beers LV Ltd | Londres, Royaume-Uni ⁽²⁾ | 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 | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Sofidiv SAS | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| GIE LVMH Services | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 85 % |
| Moët Hennessy SNC | Boulogne Billancourt, France | 66 % | 66 % |
| LVMH Fashion Group SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy International SA | Boulogne Billancourt, France | 66 % | 66 % |
| Creare SA | Luxembourg, Luxembourg | 100 % | 86 % |
| Delphine SAS | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| LVMH Finance SA | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| Primae SA | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| Eutrope SAS | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| Flavius Investissements SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| LVMH Art & Auction Group SAS | Boulogne Billancourt, France | 100 % | 100 % |
| Cie Financière Laflachère SA | Boulogne Billancourt, France | 99 % | 99 % |
| LV Capital SA | Paris, France | 100 % | 100 % |
| Moët Hennessy Inc | New York, U.S.A. ^(*) | 100 % | 66 % |
| One East 57 th 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 Moët Hennessy Louis Vuitton BV | Naarden, Pays-Bas | 100 % | 100 % |
| Louis Vuitton Prada Holding BV | Amsterdam, Pays-Bas | 100 % | 100 % |
| Sofidiv UK Ltd | Londres, Royaume-Uni | 100 % | 100 % |
| LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| Osaka Fudosan Company Limited | Tokyo, Japon | 100 % | 100 % |
| LVMH Asia Pacific Ltd | Hong Kong, Chine | 100 % | 100 % |
| LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA | Paris, France | | Société mère |

(*) L'adresse mentionnée correspond au siège administratif des sociétés, l'immatriculation du siège social étant dans l'état du Delaware.

- (1) Société consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle
- (2) Société intégrée par mise en équivalence
- (3) Société constituée en joint venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004, 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, 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 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

LE GROUPE LVMH

MISE EN ŒUVRE DES NORMES IFRS

MISE EN ŒUVRE DES NORMES IFRS

LVMH applique les normes IAS/IFRS à compter de l'exercice ouvert le 1^{er} janvier 2005, en conformité avec le règlement 1606/2002 de la Commission Européenne.

Le comité européen des régulateurs des marchés de valeurs mobilières (CESR) a émis le 30 décembre 2003 une recommandation relative à la communication sur la transition entre les normes comptables nationales et les IFRS, qui a été reprise en France par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) en février 2004. Les informations qui suivent constituent la mise en œuvre de ces recommandations ; elles incluent notamment les éléments suivants :

- une note sur la première application des principes comptables IFRS par le Groupe, en particulier sur les modalités d'application de IFRS 1, Première adoption des IFRS, et sur les formats de présentation retenus pour le bilan et le compte de résultat ;
- une note résumant les effets des IFRS sur les principes comptables suivis par le Groupe ;
- des tableaux de rapprochement entre normes françaises et IFRS pour les états suivants :
 - capitaux propres aux 1^{er} janvier et 31 décembre 2004 ;
 - bilans aux 1^{er} janvier et 31 décembre 2004 ;
 - compte de résultat de l'exercice 2004 ;
 - tableau de variation de trésorerie ;
- une note de commentaires sur ces tableaux.

Ces informations ont été présentées au Comité d'Audit ainsi qu'au Conseil d'Administration.

Les données contenues dans ce document ont été établies sur la base des normes et interprétations en vigueur lorsque celui-ci a été rédigé ; elles ont à ce titre un caractère préliminaire ; en effet, si ces normes et interprétations étaient modifiées par les exposés-sondages en cours ou à venir, les données chiffrées qui seront présentées lors de la publication par le Groupe des premiers comptes IFRS pourraient différer de celles contenues dans ce document.

1. PREMIÈRE APPLICATION DES PRINCIPES COMPTABLES IFRS

1.1 Références normatives

Les tableaux de passage présentés sont établis conformément à l'ensemble des normes IAS/IFRS et interprétations SIC/IFRIC publiées au Journal Officiel de l'Union Européenne jusqu'au 9 mars 2005 (Règlements CE 1725/2003, 707/2004, 2086/2004, 2236/2004, 2237/2004, 2238/2004 et 211/2005).

Les normes IAS 32 et IAS 39 sont mises en oeuvre par LVMH à compter du 1^{er} janvier 2004.

En outre, les interprétations IFRIC 2 à 5, bien que non adoptées formellement par l'Union Européenne, sont appliquées à compter du 1^{er} janvier 2004.

1.2 Application de IFRS 1, première adoption des IFRS

La norme IFRS 1 définit les modalités d'établissement du premier bilan en normes IFRS. Le principe général est l'application rétrospective de toutes les normes en vigueur au 31 décembre 2005, les incidences des changements de principes comptables étant enregistrées en report à nouveau à la date de transition, le 1^{er} janvier 2004.

Cependant l'application de la norme IAS 39 à la comptabilité de couverture de flux de trésorerie doit être prospective ; ceci conduit à enregistrer les incidences des changements de principes comptables qui en résultent en réserve de réévaluation, non en report à nouveau.

Compte tenu des difficultés pratiques posées par une application totalement rétrospective, la norme IFRS 1 prévoit des traitements optionnels ; les choix effectués par LVMH en ce domaine sont les suivants :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective de la norme IFRS 3 n'a pas été retenue ; les conséquences en sont détaillées en note 2.1 ;
- valorisation des immobilisations corporelles et incorporelles : l'option d'évaluation de ces actifs à leur juste valeur à la date de transition n'a pas été retenue ;
- avantages sociaux : les écarts actuariels différés en normes françaises à la date de transition ont été comptabilisés ;
- conversion des comptes des filiales étrangères : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales en devises étrangères ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie du report à nouveau ;
- paiement en actions : la norme IFRS 2 sur les paiements en actions est appliquée par LVMH à tous les plans d'options d'achat ou de souscription ouverts à la date de transition, y compris ceux mis en place avant le 7 novembre 2002, date avant laquelle l'application est optionnelle.

1.3 Format de présentation des états financiers IFRS

1.3.1 Présentation du bilan

En normes françaises, le bilan de LVMH regroupe les actifs et passifs selon deux rubriques principales, « courants » et « non courants ».

La rubrique « courants » intègre les actifs et passifs relevant du cycle d'exploitation, indépendamment de leur échéance, ainsi que les autres actifs et passifs dont l'échéance est inférieure à un an à leur date d'entrée au bilan, à l'exception de la trésorerie présentée séparément.

Les actifs et passifs « non courants » comprennent les autres actifs et passifs, c'est-à-dire les actifs et passifs à plus d'un an ne relevant pas du cycle d'exploitation.

Sous réserve de certains reclassements de présentation décrits en paragraphe 2.15, l'application des normes IFRS ne conduira donc pas à modifier la structure du bilan qui était retenue en normes françaises.

1.3.2 Présentation du compte de résultat

En normes françaises, le compte de résultat du groupe LVMH est présenté par fonction, non par nature de charges ; cependant, les éléments du compte de résultat qui, du fait de leur nature ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie du résultat opérationnel ou du résultat financier, sont classés en « autres produits et charges ».

En normes IFRS, les charges du compte de résultat sont nécessairement classées dans le résultat opérationnel ou dans le résultat financier ; ainsi, au sein du résultat opérationnel, les autres produits et charges opérationnels doivent permettre d'identifier les éléments de nature spécifique ou non récurrents afin de déterminer le niveau du « résultat opérationnel courant ».

Sous réserve de ce qui précède, dont les effets sont décrits dans le paragraphe 4.9, le compte de résultat en normes IFRS reste proche de celui qui est présenté par le Groupe en normes françaises.

2. EFFETS DES IFRS SUR LES PRINCIPES COMPTABLES SUIVIS PAR LE GROUPE LVMH

Les notes ci-dessous ont pour objet de préciser la nature des divergences qui existent à la date de publication de ce document entre les normes françaises et normes IFRS, telles qu'appliquées par le groupe LVMH, ainsi que les modalités d'application des normes IFRS par le Groupe, lorsque nécessaire.

Les numéros de ces notes correspondent à ceux figurant dans les rubriques « Notes » des tableaux de rapprochement.

2.1 Retraitements des acquisitions sur la période 1987 – 2003

Conformément à l'option ouverte par IFRS 1, LVMH a retraité rétrospectivement les acquisitions réalisées depuis 1987, date du rapprochement de Moët Hennessy et de Louis Vuitton.

Cette décision entraîne l'application rétrospective des normes IFRS 3 Regroupement d'entreprises, IAS 38 Immobilisations incorporelles et IAS 36 Dépréciation d'actifs.

L'opération de 1987 consistait principalement en l'apport de l'ensemble constitué de Louis Vuitton et de Veuve Clicquot à Moët Hennessy, apport rémunéré par l'émission de titres Moët Hennessy. Cette opération n'a pas été traitée en consolidation

comme une acquisition de Moët Hennessy (« MH ») par Louis Vuitton (« LV »), ou de LV par MH, mais comme un rapprochement (méthode du « pooling of interests ») : en conséquence aucune réévaluation des actifs, en particulier des marques, n'a été comptabilisée lors de cette opération.

La méthode du « pooling of interests » n'est pas admise selon les normes IFRS ; il est présumé par les textes que quelle que soit l'opération, il est toujours possible d'identifier un acquéreur et une société acquise. La norme IFRS 3 liste les indicateurs permettant cette identification, en particulier la répartition des droits de vote après l'opération.

Les actionnaires de MH contrôlant environ 60 % des droits de vote du nouvel ensemble après l'opération, il a été considéré en application de IFRS 3 que cette opération consistait en l'acquisition de LV par MH, ce qui a permis de valoriser au bilan la marque Louis Vuitton.

Concernant les acquisitions faites depuis le rapprochement de 1987, l'application de IFRS 3 revient à considérer la conformité aux IFRS de la détermination du coût d'acquisition, de l'affectation de ce coût aux actifs et passifs identifiables, de retraiter cette affectation en conséquence, et d'identifier les effets de ce retraitement sur les éléments subsistant dans le bilan du 1^{er} janvier 2004 au titre de cette affectation initiale. Dans ce cadre, les marques restent inchangées ; en effet celles-ci n'ont pas été considérées comme ayant une valeur différente dans le référentiel IFRS.

Les acquisitions antérieures au rapprochement MH – LV n'ont pas été retraitées.

2.1.1 Valorisation de la marque Louis Vuitton

L'écart entre le coût d'acquisition et l'actif net comptable, initialement enregistré en déduction des capitaux propres, a été affecté principalement à la marque Louis Vuitton à hauteur de 2,1 milliards d'euros (1,3 milliard d'euros, net d'impôt différé au 1^{er} janvier 2004).

La valeur retenue pour la marque Louis Vuitton est identique à celle retenue dans les comptes consolidés de Christian Dior lors de l'acquisition de LVMH en 1988.

2.1.2 Nature des autres retraitements

Le retraitement des acquisitions réalisées consiste principalement à neutraliser l'effet de certaines provisions constatées en normes françaises dans l'affectation du coût d'acquisition.

Il s'agit essentiellement des provisions pour restructuration de la société acquise (« restructurations » au sens large, aussi bien sociales que commerciales : rupture de contrats d'agents, fermeture de boutiques...) ; ces restructurations étant la

décision de l'acquéreur ne peuvent en effet être retenues en IFRS dans l'affectation du coût d'acquisition.

2.1.3 Traitement des écarts d'acquisition

Le retraitement rétrospectif des acquisitions depuis 1987 a eu les conséquences suivantes sur la comptabilisation initiale et les évaluations postérieures des écarts d'acquisition :

- les retraitements effectués sur la comptabilisation de chacune des acquisitions (affectation du coût d'acquisition aux actifs et passifs acquis, reconnaissance systématique d'impôts différés passifs sur les actifs incorporels...) ont trouvé leur contrepartie dans le montant des écarts d'acquisition.
- ces écarts d'acquisition ne sont pas amortis selon les normes IFRS ; ils ont fait l'objet de tests de dépréciation et, le cas échéant, l'amortissement récurrent comptabilisé en normes françaises a été partiellement ou totalement remplacé par une dépréciation en IFRS.

L'application rétrospective de la norme IFRS 3 a conduit dans certains cas à dégager des écarts d'acquisition négatifs. Ceux-ci ont été comptabilisés en situation nette d'ouverture, conformément à IFRS 3 qui ne permet pas qu'ils soient rapportés progressivement en résultat.

2.2 Marques et enseignes

2.2.1 Impôt différé sur les marques et enseignes

En normes françaises, LVMH ne comptabilise pas d'impôt différé au titre des écarts de première consolidation affectés aux marques et enseignes, en application de l'exception du Règlement CRC 99-02 ; cette exception concerne les marques et enseignes ne pouvant être cédées séparément des sociétés qui les détiennent.

La norme IAS 12 ne prévoit pas cette exception. En conséquence, un impôt différé passif est calculé sur la différence entre le prix d'acquisition par LVMH de ces marques et enseignes et leur valeur, le plus souvent nulle, dans les comptes sociaux et fiscaux de la société acquise, propriétaire de la marque ou enseigne.

Le taux d'impôt retenu est celui qui serait théoriquement appliqué à la plus-value en cas de cession séparée de la marque ou enseigne, si celle-ci ne fait pas l'objet d'amortissement, ou le taux de droit commun dans le cas contraire.

Comme précisé en Note 2.1.3, le retraitement rétrospectif des acquisitions a conduit à constater ces impôts différés non pas en déduction des capitaux propres mais en contrepartie de l'écart d'acquisition. Dans ce cadre, la contribution nette des actifs incorporels au bilan reste identique en normes françaises et IFRS, l'impôt différé au passif étant compensé par l'écart d'acquisition à l'actif.

2.2.2 Amortissement des marques et enseignes

En normes françaises, les marques ne donnent pas lieu à amortissement.

En IFRS, en application d'IAS 38, les actifs incorporels à durée de vie définie sont amortis sur leur durée de vie, selon le mode linéaire. Les actifs à durée de vie indéfinie ne sont pas amortis mais font l'objet d'un test de dépréciation annuel.

Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée de vie indéfinie résulte en particulier des indicateurs suivants :

- positionnement global de la marque ou enseigne sur son marché en termes de volume d'activité, de présence internationale, de notoriété ;
- perspectives de rentabilité à long terme ;
- degré d'exposition aux aléas conjoncturels ;
- événement majeur intervenu dans le secteur d'activité susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

La charge d'amortissement et l'éventuelle charge de dépréciation sont incluses dans le résultat opérationnel.

Lors de la première application des IFRS, l'amortissement est calculé rétroactivement depuis la date d'acquisition.

Jusqu'au 1^{er} janvier 2004, les marques et enseignes retenues comme amortissables en IFRS sont principalement des marques de Mode et Maroquinerie hors Louis Vuitton, ainsi que des start-up Parfums. A compter du 1^{er} janvier 2004, les marques et enseignes qui continuent d'être amorties, et leurs durées d'amortissement en nombre d'années, sont les suivantes :

| | | | |
|------------------|----|-------------|----|
| Newton | 30 | Thomas Pink | 20 |
| Mountadam | 30 | Kenzo (1) | 40 |
| Fresh | 15 | Stefano Bi | 40 |
| Make Up for Ever | 15 | Omas | 20 |
| L'Eléphant | 15 | Samaritaine | 20 |

(1) y compris l'activité Parfums.

2.3 Écarts d'acquisition

La norme IFRS 3 a introduit les modifications suivantes :

2.3.1 Caractère non amortissable

A l'inverse de ce qui est prescrit en normes françaises, les écarts d'acquisition ne sont pas amortissables en normes IFRS, mais font l'objet d'un test de dépréciation annuel ; le cas échéant, la charge de dépréciation des écarts d'acquisition est inscrite dans le résultat opérationnel.

2.3.2 Retraitements liés à certaines enseignes

En application d'IAS 38, certains éléments incorporels (enseignes, droits ou licences de distribution) qui sont inclus dans les écarts d'acquisition en normes françaises sont reclassés en immobilisations incorporelles en normes IFRS.

Ce retraitement a deux conséquences :

- l'écart d'acquisition ne représentant que la part du Groupe, le montant inscrit en immobilisations incorporelles en IFRS est supérieur à celui inscrit en normes françaises en écart d'acquisition, la différence provenant de la part des intérêts minoritaires dans les éléments reclassés ;
- le montant transféré en immobilisations incorporelles entre dans l'assiette de l'impôt différé sur marques et enseignes.

2.3.3 Écarts d'acquisition en devises

En normes françaises, jusqu'en 1999, les écarts d'acquisition résultant de la consolidation ou mise en équivalence d'entités étrangères pouvaient être comptabilisés en euro au taux de change à la date d'acquisition, ou dans la devise fonctionnelle de l'entité acquise.

En normes IFRS, les écarts d'acquisition sont toujours comptabilisés dans la devise fonctionnelle de l'entité acquise.

En pratique, les écarts d'acquisition enregistrés antérieurement à l'année 1999 et figés en euros en normes françaises concernent essentiellement DFS.

2.4 Engagements d'achat de titres de minoritaires

Les actionnaires minoritaires de certaines filiales bénéficient de promesses d'achat de leurs titres octroyées par LVMH.

En normes françaises, ces engagements figurent dans les engagements hors bilan.

En l'attente de norme ou interprétation spécifique de l'IASB sur ce thème, LVMH a comptabilisé ces engagements dans le bilan selon les normes en vigueur de la façon suivante :

- l'engagement, pour son montant à la date de clôture, figure en autres passifs non courants ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont reclassés dans le montant ci-dessus ;

- l'écart entre le montant de l'engagement et les intérêts minoritaires reclassés est enregistré en écart d'acquisition, dont le montant varie concomitamment avec le montant de l'engagement.

Ce mode de comptabilisation n'a pas d'effet sur la présentation des intérêts minoritaires au compte de résultat. Il appelle toutefois la remarque suivante : certaines interprétations des textes conduisent à comptabiliser l'écart d'acquisition en déduction des capitaux propres ; selon d'autres interprétations l'écart d'acquisition est maintenu à l'actif mais à un montant figé lors de la prise de contrôle, les variations ultérieures étant enregistrées en résultat.

2.5 Réévaluation des propriétés foncières et immobilières

La norme IAS 16 autorise la réévaluation d'une catégorie complète d'actifs corporels à leur valeur de marché. Les variations de valeur ultérieures, positives ou négatives, sont enregistrées en capitaux propres à concurrence de la valeur historique d'origine ; en-deçà de cette valeur, c'est-à-dire si la valeur de marché devient inférieure à la valeur historique, la variation est prise en résultat.

Le Groupe a opté pour la réévaluation de ses terres à vignes ; les principaux effets concernent celles situées en Champagne.

Les pieds de vignes, pour les champagnes, cognac et autres vins produits par le Groupe, sont des actifs biologiques au sens d'IAS 41 Agriculture. Leur valorisation en valeur de marché étant peu différente de celle reconnue en valeur historique en normes françaises, aucune réévaluation n'a été pratiquée à ce titre.

Compte tenu du caractère récent des acquisitions ou constructions d'actifs immobiliers, en particulier l'acquisition des ensembles immobiliers de La Samaritaine, de la Belle Jardinière, ou du Bon Marché à Paris (France), ou la construction de la « LVMH Tower » à New York (USA), aucune réévaluation de ces actifs n'a été enregistrée.

Cependant, l'application d'IAS 16 a permis de déduire de la base amortissable une valeur résiduelle, réduisant ainsi la charge d'amortissement en IFRS par rapport à son montant en normes françaises (voir Note 2.14).

2.6 Couvertures de change et de taux

Les instruments financiers étant utilisés par le Groupe dans une optique de couverture, et non dans une optique spéculative, les différences entre normes françaises et IFRS produisent des effets principalement dans les valorisations au bilan, et de façon plus limitée dans le compte de résultat, dès lors que le caractère efficace des couvertures sur le plan comptable est vérifié.

2.6.1 Couvertures de change

En normes françaises, les couvertures de change en vie à la date de l'arrêté sont réévaluées sur la base du cours des devises à cette date. L'effet de cette réévaluation est pris dans le résultat opérationnel de la période clôturée si les instruments concernent des créances ou dettes de cette période ; il est différé au bilan, en contrepartie de charges ou produits constatés d'avance, si les instruments concernent des facturations en devises des exercices suivants.

En normes IFRS, les dérivés de change sont réévalués à leur valeur de marché à la date de la clôture. L'enregistrement de cette réévaluation diffère selon l'affectation du dérivé et selon que la couverture produite par le dérivé est réputée efficace ou inefficace.

L'efficacité de la couverture sur le plan comptable est vérifiée par le rapport des variations de valeur du dérivé et du sous-jacent couvert, ce rapport devant rester dans une fourchette comprise entre 80 et 125 %.

Si l'instrument dérivé est affecté à des facturations en devises des exercices suivants, et s'il est considéré comme constituant une couverture efficace sur le plan comptable, l'effet de la réévaluation est différé et inscrit au bilan en contrepartie des capitaux propres, pour son montant total ou le cas échéant, pour la seule quote part réputée efficace.

Si l'instrument dérivé est affecté à des opérations de la période clôturée, ou si cet instrument est affecté à des opérations futures mais n'est pas réputé efficace sur le plan comptable, ou si cette efficacité n'est que partielle, l'effet de la réévaluation est enregistré dans les charges financières de la période, en totalité ou, le cas échéant, à due concurrence de la part inefficace.

Si l'instrument dérivé est affecté à des opérations de la période clôturée, l'effet de la réévaluation est enregistré dans le résultat opérationnel, à due concurrence de la part efficace.

En normes françaises, la part inefficace reste comptabilisée en résultat opérationnel, et n'est pas dissociée dans son traitement de la part dite efficace sur le plan comptable.

En outre, sont systématiquement considérées comme part inefficace en IFRS et classées en résultat financier les variations de valeur liées aux points de terme des contrats à terme, ainsi que la valeur temps dans le cadre des contrats d'option ; en normes françaises, seuls les points de terme étaient classés en résultat financier.

2.6.2 Dette financière et couvertures de taux

En normes françaises, la dette financière est présentée au bilan en valeur nominale ; les instruments financiers associés sont inscrits dans le hors-bilan, leurs effets étant pris en résultat prorata temporis.

En normes IFRS :

- la dette financière non couverte est comptabilisée au coût amorti calculé à l'aide du taux d'intérêt effectif ;
- en cas de couverture de variation de valeur de la dette, au titre du risque de taux, la dette financière couverte ainsi que les instruments de couverture associés figurent au bilan à leur valeur de marché à la date de l'arrêté de comptes ; les effets de ces réévaluations sont enregistrés dans le résultat financier de la période ;
- en cas de couverture de la charge d'intérêt future, la dette financière dont les flux sont couverts reste comptabilisée à valeur nominale, la variation de valeur de la part efficace de l'instrument de couverture étant enregistrée dans les capitaux propres.

En l'absence de relation de couverture, ou pour la partie inefficace des couvertures, les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

2.7 Investissements financiers

En normes françaises, les participations non consolidées cotées sont évaluées à la clôture par référence à divers indicateurs, dont le cours de bourse.

En normes IFRS, les participations non consolidées cotées classées en investissements financiers sont systématiquement évaluées par référence à leur cours de bourse à la clôture, et les pertes ou gains latents par rapport au prix d'acquisition sont enregistrés dans les capitaux propres jusqu'à la date de cession. Cependant, en cas de dépréciation jugée définitive, le montant correspondant est enregistré en résultat, la valeur nette comptable de la participation après dépréciation se substituant au prix d'acquisition.

Les participations non cotées sont évaluées par référence à leur valeur d'utilité ; la comptabilisation des variations de cette valeur est identique à celle décrite au paragraphe précédent pour les participations cotées.

2.8 Actions LVMH

En normes françaises, les actions LVMH détenues par le Groupe, à l'exception des titres réputés immobilisés, sont à l'actif du bilan. Les résultats de cession et variations de provision pour dépréciation figurent en compte du résultat.

En normes IFRS, les actions auto-détenues sont toujours considérées comme non émises, et portées en diminution des capitaux propres dans une rubrique spécifique ; les résultats de cession sont également comptabilisés en capitaux propres.

Cette classification, qui a une incidence sur le calcul du résultat par action, s'applique qu'il s'agisse d'actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat ou du programme de rachat d'actions soumis à l'AMF.

2.9 Titrisation de créances clients

En normes françaises, les créances transférées à un tiers dans le cadre d'un contrat de titrisation sont reclassées en trésorerie, à concurrence du montant dont le risque de non recouvrement est définitivement transféré à ce tiers.

En normes IFRS, la conservation d'une fraction du risque de non-recouvrement ne permet pas de retenir cette comptabilisation, en particulier lorsque le coût des sinistres conduit à réduire, dans le futur, la quote part de risque transférable au tiers. En conséquence, le reclassement en trésorerie des créances titrisées est remplacé par une augmentation de la dette financière.

2.10 Stocks : mise à valeur de marché des vendanges

En normes françaises, la vendange en stock est valorisée au prix de revient.

Selon IAS 41 Agriculture, la vendange est évaluée en valeur de marché, comme si les raisins en stocks avaient été acquis. Ceci conduit à enregistrer sur l'exercice de la récolte un effet de marge positif ou négatif, de la différence entre le prix de revient de la vendange et le prix de marché.

Au 1^{er} janvier 2004, l'incidence de la mise en valeur de marché des récoltes antérieures à 2004, pour la part restant en stocks à cette date, est un gain comptabilisé en report à nouveau.

2.11 Engagements sociaux : comptabilisation des écarts actuariels différés

Dans le cadre de la comptabilisation des engagements de retraite, tant en normes françaises qu'IFRS, les écarts entre les estimations actuarielles et les données réelles ne sont pas systématiquement comptabilisés (méthode du « corridor »).

Dans le cadre du bilan d'ouverture IFRS, tous les écarts actuariels différés à cette date ont été comptabilisés, augmentant ainsi à due concurrence les provisions comptabilisées pour ces engagements, en contrepartie d'une réduction des capitaux propres.

2.12 Enregistrement du chiffre d'affaires

En normes françaises, la comptabilisation du chiffre d'affaires est liée principalement à des considérations d'ordre juridique, les normes IFRS privilégiant la substance des opérations. Il en résulte plusieurs reclassements, qui sont toutefois sans effet significatif sur le résultat opérationnel.

- Certaines prestations facturées à LVMH par les clients (droits de référencement, prestations publicitaires...), qui sont classées en frais commerciaux en normes françaises, sont comptabilisées en IFRS comme des remises, en déduction du chiffre d'affaires.

- Les éléments de facturation dont le Groupe ne fait qu'assurer le recouvrement pour le compte d'un tiers (taxe sur alcools), ne figurent en normes IFRS ni en chiffre d'affaires, ni en coût des ventes.
- Les ventes réalisées par le Groupe pour compte de tiers (opérations en « agence »), pour lesquelles le Groupe ne retient en normes françaises que la marge nette ou commission, sont comptabilisées en normes IFRS en achats et ventes si le Groupe assume les risques de propriété liés au stock.
- Le chiffre d'affaires réalisé par le Groupe sous enseignes du Bon Marché et de la Samaritaine comporte une part d'activité en « concession ». Dans le cadre de ces contrats, le Grand Magasin fournit des prestations de nature variable (location d'espace, encaissement...) mais n'assume pas le plus souvent la totalité des risques liés à la propriété du stock. La comptabilisation des opérations en achats et ventes, établie en normes françaises comme si le Grand Magasin assumait la totalité du risque de propriété du stock, est ainsi remplacée en normes IFRS par un produit de prestations de services ; ce mode de comptabilisation repose toutefois sur une interprétation des textes susceptible d'évolution dans le futur.

2.13 Stock options

En normes françaises, la charge liée aux plans d'options est constituée, pour les plans d'options d'achat, par la différence entre le prix payé par LVMH pour l'acquisition des actions correspondantes et le prix d'exercice de l'option par le bénéficiaire, les plans d'options de souscription ne donnant lieu à comptabilisation d'aucune charge.

En normes IFRS, la charge liée aux plans d'options d'achat et de souscription est constituée de l'espoir de gain pour les bénéficiaires de ces plans, calculé selon la méthode Black et Scholes, le jour du Conseil d'Administration ayant attribué les options. Cette charge est répartie sur la période d'acquisition des droits (3 ou 4 ans). Etant comptabilisée en contrepartie d'une augmentation des réserves, elle reste sans effet sur le montant des capitaux propres, l'augmentation des réserves compensant la diminution du résultat.

2.14 Autres retraitements du bilan et compte de résultat

Les autres retraitements sont principalement liés aux actifs corporels et incorporels, hors marques et enseignes :

- Les normes IFRS prescrivent la prise en compte de valeurs résiduelles pour l'assiette de calcul des amortissements. Les amortissements antérieurs au 1^{er} janvier 2004 sur la valeur des immeubles du Bon Marché et de la Belle Jardinière et de certains immeubles de La Samaritaine ont ainsi été annulés.

- La capitalisation des frais financiers supportés pendant la période de construction des immeubles, admise par IAS 23, n'a pas été retenue. La valeur nette comptable des frais capitalisés au 31 décembre 2003 en normes françaises a ainsi été annulée, en contrepartie du report à nouveau.
- En application de la norme IAS 38, la part des coûts relative au développement de nouveaux produits est capitalisée en immobilisations incorporelles et amortie sur une durée n'excédant pas 3 ans ; ces coûts sont directement enregistrés en charges en normes françaises.
- En IFRS, les créances financières à long terme faiblement ou non rémunérées doivent être actualisées afin de ramener leur valeur comptable à une valeur de marché ; cela concerne principalement les dépôts de garantie versés aux propriétaires des magasins loués par le Groupe. En normes françaises, ces créances sont en valeur nominale.

2.15 Reclassements au bilan et au compte de résultat

2.15.1 Reclassements au bilan

Bien que la structure du bilan IFRS retenue par LVMH soit proche de celle qui est présentée en normes françaises, certains reclassements à l'actif ou au passif du bilan ont néanmoins été rendus nécessaires par les IFRS, ainsi que des transferts entre l'actif et le passif. Les principaux reclassements ou transferts sont expliqués ci-dessous :

- les fonds de commerce, au sens défini par la réglementation commerciale française, ainsi que les montants versés aux agents afin de reprendre la distribution des produits du Groupe qui leur était confiée, montants qualifiés de « droits de distribution », sont classés en normes françaises en écarts d'acquisition ; en normes IFRS, fonds de commerce et droits de distribution ont été reclassés, comme les enseignes, en immobilisations incorporelles.
- les provisions pour reprises de produits, constituées au titre des engagements auprès des agents et distributeurs de reprise des produits périmés, obsolètes ou excédentaires, sont classés en normes françaises en provisions pour risques et charges ; en normes IFRS, ces provisions sont classées en déduction des comptes clients, leur objet étant l'annulation partielle des ventes enregistrées sur l'exercice.
- les intérêts courus non échus sur emprunts et dettes financières sont comptabilisés en normes françaises en « autres créditeurs », le compte « emprunts et dettes financières » n'enregistrant que la dette résiduelle à valeur nominale. En normes IFRS, les intérêts courus non échus sont reclassés en « emprunts et dettes financières », comme élément constitutif du passif financier.

- en normes françaises, les impôts différés sont présentés en « actifs et passifs courants » lorsqu'ils sont présumés se renverser dans un délai inférieur à un an, et en « actifs et passifs non courants » dans le cas contraire ; une compensation globale est effectuée dans la présentation au bilan afin de dégager des soldes nets à plus d'un an et à moins d'un an.

En normes IFRS, les impôts différés sont systématiquement enregistrés au bilan comme des actifs et passifs non courants ; en outre, une compensation est effectuée au sein de chaque entité fiscale, c'est-à-dire pour chaque filiale ou consolidation fiscale, mais dans la mesure où cette compensation est possible juridiquement et probable dans sa réalisation.

2.15.2 Reclassements au compte de résultat

Au compte de résultat, le principal reclassement concerne les « autres produits et charges ».

En normes françaises, 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, la rubrique correspondante étant ainsi présentée en dessous du résultat opérationnel.

En normes IFRS, ces éléments de nature non courante sont classés dans une rubrique spécifique du résultat opérationnel, qui inclut également les éléments significatifs non récurrents de nature opérationnelle, ainsi que les amortissements et dépréciation des marques et écarts d'acquisition.

2.15.3 Reclassements aux bilan et compte de résultat

Certains reclassements sont communs au bilan et au compte de résultat ; il s'agit principalement de la comptabilisation des participations mises en équivalence.

En normes françaises, les écarts d'acquisition résultant de mises en équivalence sont présentés au bilan en « écarts d'acquisition », la charge d'amortissement étant classée au compte de résultat en « amortissement des écarts d'acquisition ».

En application d'IAS 28, ces écarts d'acquisition sont classés au bilan dans la rubrique « titres mis en équivalence » ; leur dépréciation éventuelle est comptabilisée au compte de résultat dans la ligne « résultat des sociétés mises en équivalence ».

3. TABLEAUX DE RAPPROCHEMENT DES COMPTES EN NORMES FRANÇAISES ET NORMES IFRS

Capitaux propres au 1^{er} janvier 2004

| (en millions d'euros) | Total | Groupe | Minoritaires |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Capitaux propres normes françaises | 8 769 | 7 034 | 1 735 |
| Retraitement des acquisitions antérieures à 2004 | 1 073 | 497 | 576 |
| Engagements d'achat de titres de minoritaires | (1 502) | (42) | (1 460) |
| Réévaluation des terres à vignes | 410 | 351 | 59 |
| Application de IAS 39 – Couvertures de change et de taux | 155 | 134 | 21 |
| Plus et moins values latentes sur investissements financiers | 61 | 61 | – |
| Reclassement des actions LVMH | (761) | (761) | – |
| Mise à valeur de marché des vendanges | 42 | 28 | 14 |
| Prise en compte des écarts actuariels différés | (31) | (27) | (4) |
| Autres | (66) | (53) | (13) |
| Capitaux propres normes IFRS | 8 150 | 7 222 | 928 |

Capitaux propres au 31 décembre 2004

| (en millions d'euros) | Total | Groupe | Minoritaires |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Capitaux propres normes françaises | 9 175 | 7 478 | 1 697 |
| Retraitement des acquisitions antérieures à 2004 | 1 306 | 660 | 646 |
| Engagements d'achat de titres de minoritaires | (1 545) | (16) | (1 529) |
| Réévaluation des terres à vignes | 464 | 396 | 68 |
| Application de IAS 39 – Couvertures de change et de taux | 104 | 93 | 11 |
| Plus et moins values latentes sur investissements financiers | 93 | 93 | – |
| Reclassement des actions LVMH | (883) | (883) | – |
| Mise à valeur de marché des vendanges | 59 | 39 | 20 |
| Prise en compte des écarts actuariels différés | (30) | (27) | (3) |
| Autres | (68) | (51) | (17) |
| Capitaux propres normes IFRS | 8 675 | 7 782 | 893 |

| (en millions d'euros) | Normes françaises | IFRS | Ecart normes françaises / IFRS | Retaite-ment des acquisitions antérieures à 2004 | Engage-ments d'achat de titres de minoritaires | Réévaluation des terres à vignes | MAS 39 – Risques de change et de taux | Amuliation filtration clients | Investisse-ments financiers | Reclasse-ment des actions LYMH | Mise à valeur de marché des vendanges | Prise en compte des écarts actuariels différés | Autres | Reclasse-ments |
|--|-------------------|---------------|--------------------------------|--|--|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|--|-------------|----------------|
| Notes | | | | 2.1; 2.2; 2.3; 4.1 | 2.4; 4.2 | 2.5; 4.3 | 2.6; 4.4 | 2.9 | 2.7; 4.5 | 2.8; 4.6 | 2.10 | 2.11; 4.11 | 2.14; 4.11 | 2.15 |
| ACTIF | | | | | | | | | | | | | | |
| Marques et autres actifs incorporels | 3 902 | 7 920 | 4 018 | 3 962 | | | | | | | | | (4) | 60 |
| Ecart d'acquisition | 3 410 | 3 899 | 489 | (847) | 1 390 | | | | | | | | | (54) |
| Immobilisations corporelles | 3 668 | 4 381 | 713 | 31 | | 636 | | | | | | | 22 | 24 |
| Titres mis en équivalence | 49 | 102 | 53 | 53 | | | | | | | | | | |
| Autres actifs non courants | 1 586 | 1 364 | (222) | | | | 136 | | 31 | (404) | | (2) | (11) | 28 |
| Impôts différés actifs | 4 | 455 | 451 | 44 | | | (1) | | 27 | (6) | (4) | 13 | 25 | 353 |
| Total actifs non courants | 12 619 | 18 121 | 5 502 | 3 243 | 1 390 | 636 | 135 | | 58 | (410) | (4) | 11 | 32 | 411 |
| Stocks et en-cours | 3 415 | 3 467 | 52 | 1 | | | | | | | 65 | | (15) | 1 |
| Clients et comptes rattachés | 1 375 | 1 433 | 58 | | | | 6 | 160 | | | | | (8) | (100) |
| Autres actifs courants | 1 860 | 1 569 | (291) | | | | (23) | | 3 | (427) | | | (6) | 162 |
| Impôts différés actifs | 451 | — | (451) | | | | | | | | | | | (451) |
| Total actifs courants | 7 101 | 6 469 | (632) | 1 | 160 | 160 | (17) | 160 | 3 | (427) | 65 | 65 | (29) | (388) |
| Trésorerie et équivalents | 823 | 855 | 32 | | | | | | | | | | | 32 |
| Total de l'actif | 20 543 | 25 445 | 4 902 | 3 244 | 1 390 | 636 | 118 | 160 | 61 | (837) | 61 | 11 | 3 | 55 |
| PASSIF | | | | | | | | | | | | | | |
| Capital | 147 | 147 | — | | | | | | | | | | | |
| Primes | 1 736 | 1 736 | — | | | | | | | | | | | |
| Actions LYMH | — | (882) | (882) | | | | | | | (882) | | | | |
| Ecart de conversion | (623) | — | 623 | | | | | | | | | | | 623 |
| Réserves de réévaluation | — | 460 | 460 | | | 351 | | | (16) | | | | | |
| Réserves | 5 774 | 5 761 | (13) | 497 | (42) | | 9 | | 77 | 121 | 28 | (27) | (53) | (623) |
| Capitaux propres – part du groupe | 7 034 | 7 222 | 188 | 497 | (42) | 351 | 134 | | 61 | (761) | 28 | (27) | (53) | (623) |
| Intérêts minoritaires | 1 735 | 928 | (807) | 576 | (1 460) | 59 | 21 | | | | 14 | (4) | (13) | |
| Total capitaux propres | 8 769 | 8 150 | (619) | 1 073 | (1 502) | 410 | 155 | | 61 | (761) | 42 | (31) | (66) | |
| Dettes financières long terme | 4 365 | 4 265 | (100) | | | | 39 | | | | | | 12 | (151) |
| Autres passifs non courants | 1 133 | 4 071 | 2 938 | (1) | 2 892 | | 5 | | | (71) | | 42 | 44 | 27 |
| Impôts différés passifs | 158 | 2 578 | 2 420 | 2 174 | | 226 | 83 | | | | 19 | | 15 | (97) |
| Dettes non courantes | 5 656 | 10 914 | 5 258 | 2 173 | 2 892 | 226 | 127 | | | (71) | 19 | 42 | 71 | (221) |
| Dettes financières court terme | 2 116 | 2 625 | 509 | | | | 4 | 159 | | | | | 12 | 334 |
| Fournisseurs et comptes rattachés | 1 639 | 1 646 | 7 | | | | 1 | | | | | | (12) | 18 |
| Impôt sur les résultats | 61 | 209 | 148 | | | | | | | | | | (1) | 149 |
| Autres passifs courants | 2 302 | 1 901 | (401) | (2) | | | (169) | 1 | | (5) | | | (1) | (225) |
| Dettes courantes | 6 118 | 6 381 | 263 | (2) | (2) | (164) | (164) | 160 | (5) | (5) | (2) | (2) | (2) | 276 |
| Total du passif | 20 543 | 25 445 | 4 902 | 3 244 | 1 390 | 636 | 118 | 160 | 61 | (837) | 61 | 11 | 3 | 55 |

Bilan au 31 décembre 2004

| (en millions d'euros) | Normes françaises | IFRS | Ecart normes françaises / IFRS | Reclassement des acquisitions antérieures à 2004 | | Engagements d'achat de titres de minoritaires | Réévaluation des terres à vignes | IAS 39 – Risques de change et de taux | Annulation filtration clients | Investissement financiers | Reclassement des actions LVMH | Mise à valeur de marché des vendanges | Prise en compte des écarts actuariels différés | Autres | Reclassements |
|--|-------------------|---------------|--------------------------------|--|----------------|---|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--|--------------|---------------|
| | | | | 2.1; 2.2; 2.3; 4.1 | 2.4; 4.2 | | | | | | | | | | |
| Notes | | | | 2.1; 2.2; 2.3; 4.1 | 2.4; 4.2 | 2.5; 4.3 | 2.6; 4.4 | 2.9 | 2.7; 4.5 | 2.8; 4.6 | 2.10 | 2.11; 4.11 | 2.14; 4.11 | 2.15 | |
| ACTIF | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marques et autres actifs incorporels | 3 837 | 7 838 | 4 001 | 3 951 | | | | | | | | | | (9) | 59 |
| Ecart d'acquisition | 3 222 | 4 048 | 826 | (586) | 1 468 | | | | | | | | | (2) | (54) |
| Immobilisations corporelles | 3 760 | 4 541 | 781 | 35 | | 708 | | | | | | | | 18 | 20 |
| Titres mis en équivalence | 115 | 115 | | | | | | | | | | | | | |
| Autres actifs non courants | 1 268 | 1 346 | 78 | | | | 198 | | 83 | (173) | | | (1) | (13) | (16) |
| Impôts différés actifs | 5 | 217 | 212 | 40 | | | 4 | | 7 | (5) | | (6) | 12 | 23 | 137 |
| Total actifs non courants | 12 207 | 18 105 | 5 898 | 3 440 | 1 468 | 708 | 202 | 202 | 90 | (178) | (6) | (6) | 11 | 17 | 146 |
| Stocks et en-cours | 3 513 | 3 598 | 85 | | | | | | | | 90 | | | (6) | 1 |
| Clients et comptes rattachés | 1 312 | 1 364 | 52 | | | | 4 | 165 | | | | | | (23) | (94) |
| Autres actifs courants | 2 102 | 1 415 | (687) | | | | (26) | | 8 | (769) | | | | (12) | 112 |
| Impôts différés actifs | 346 | — | (346) | | | | | | | | | | | (346) | |
| Total actifs courants | 7 273 | 6 377 | (896) | | | | (22) | 165 | 8 | (769) | 90 | | | (41) | (327) |
| Trésorerie et équivalents | 1 017 | 1 035 | 18 | | | | | | | | | | | | 18 |
| Total de l'actif | 20 497 | 25 517 | 5 020 | 3 440 | 1 468 | 708 | 180 | 165 | 98 | (947) | 84 | 11 | (24) | (163) | |
| PASSIF | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capital | 147 | 147 | — | | | | | | | | | | | | |
| Primes | 1 736 | 1 736 | — | | | | | | | | | | | | |
| Actions LVMH | — | (1 006) | (1 006) | | | | | | | (1 006) | | | | | |
| Ecart de conversion | (777) | (210) | 567 | (79) | | (1) | | | | | | | 1 | 1 | 632 |
| Réserves de réévaluation | — | 531 | 531 | | | 397 | 113 | | | | | | | | |
| Réserves | 5 362 | 5 390 | 28 | 473 | (16) | | 11 | | 77 | 112 | 28 | | (27) | 2 | (632) |
| Résultat de la période | 1 010 | 1 194 | 184 | 266 | | | (31) | | (18) | 11 | 11 | | (1) | (54) | |
| Capitaux propres – part du groupe | 7 478 | 7 782 | 304 | 660 | (16) | 396 | 93 | 93 | 93 | (883) | 39 | (27) | (27) | (51) | |
| Intérêts minoritaires | 1 697 | 893 | (804) | 646 | (1 529) | 68 | 11 | | | | 20 | (3) | (17) | | |
| Total capitaux propres | 9 175 | 8 675 | (500) | 1 306 | (1 545) | 464 | 104 | 104 | 93 | (883) | 59 | (30) | (68) | | |
| Dette financière long terme | 4 128 | 4 188 | 60 | | | | 131 | | | | | | | 10 | (81) |
| Autres passifs non courants | 1 065 | 4 120 | 3 055 | | 3 013 | | 26 | | | (56) | | | 41 | 30 | 1 |
| Impôts différés passifs | 196 | 2 458 | 2 262 | 2 134 | | 244 | 50 | | 6 | | 25 | | | 13 | (210) |
| Dettes non courantes | 5 389 | 10 766 | 5 377 | 2 134 | 3 013 | 244 | 207 | 207 | 6 | (56) | 25 | 41 | 53 | (290) | |
| Dette financière court terme | 2 174 | 2 529 | 355 | | | | (66) | 165 | | | | | | 3 | 253 |
| Fournisseurs et comptes rattachés | 1 596 | 1 581 | (15) | | | | 1 | | | | | | | (16) | |
| Impôt sur les résultats | 90 | 201 | 111 | | | | | | | | | | | (2) | 113 |
| Autres passifs courants | 2 073 | 1 765 | (308) | | | | (66) | | (1) | (8) | | | | 6 | (239) |
| Dettes courantes | 5 933 | 6 076 | 143 | | | | (131) | 165 | (1) | (8) | | | | (9) | 127 |
| Total du passif | 20 497 | 25 517 | 5 020 | 3 440 | 1 468 | 708 | 180 | 165 | 98 | (947) | 84 | 11 | (24) | (163) | |

Compte de résultat de l'exercice 2004

| (en millions d'euros) | Normes françaises | Reclassement | | | | | Normes IFRS | | | | | |
|--|-------------------|-------------------------------------|---|--|---------------|--|--------------|------------------|--------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------|
| | | Reclassements du chiffre d'affaires | Reclassement des autres produits et charges | Amortissement et dépréciation des actifs incorporels | Stock options | Mise à valeur de marché des variations | | Effets de IAS 39 | Actions LVMH | Investissements financiers | Autres retraitements et reclassements | |
| Notes | | | | | | | | | | | | |
| | | 2.12; 4.8 | 1.3; 4.9 | 2.1; 2.2; 2.3; 4.1 | 2.13 | 2.10 | 2.6; 4.10 | 2.8; 4.6 | 2.7; 4.5 | 2.14; 4.11 | 2.15; 4.11 | |
| Chiffre d'affaires | 12 623 | (146) | | | | | 4 | | | | | 12 481 |
| Coût des ventes | (4 493) | 86 | (7) | 3 | | 25 | 13 | | | | | (4 373) |
| Charges administratives et commerciales | (5 710) | 53 | (19) | (1) | (50) | | (9) | | | | | (5 736) |
| Résultat opérationnel courant | 2 420 | (7) | (26) | 2 | (50) | 25 | 13 | (5) | | | | 2 372 |
| Autres produits et charges opérationnels | — | | (147) | (16) | | | (36) | | | | | (199) |
| Résultat opérationnel | 2 420 | (7) | (173) | (14) | (50) | 25 | (23) | (5) | | | | 2 173 |
| Résultat financier net | (181) | 6 | (1) | (9) | | | (28) | (4) | | (3) | | (220) |
| Autres produits et charges | (126) | | 146 | | | (8) | 18 | 11 | (23) | (8) | | — |
| Impôt sur le résultat | (603) | | | | | | | 9 | | 47 | | (537) |
| Résultat des sociétés mises en équivalence | (14) | | | | | | | | | | | (14) |
| Amortissement des écarts d'acquisition | (284) | 2 | 28 | 256 | | (6) | 3 | | | | | — |
| Intérêts minoritaires | (202) | | | (7) | 4 | | | | | (2) | | (208) |
| Résultat net, part du groupe | 1 010 | 1 | — | 226 | (46) | 11 | (30) | 11 | (18) | 29 | | 1 194 |

4. NOTES DE COMMENTAIRES SUR LES TABLEAUX DE RAPPROCHEMENT DES BILANS ET COMPTE DE RÉSULTAT EN NORMES FRANÇAISES ET IFRS

4.1 Marques, enseignes et écarts d'acquisition

Le passage aux IFRS a produit des effets significatifs sur le montant des immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ; ces effets résultent en particulier :

- du retraitement en IFRS des acquisitions de la période 1987 à 2003 (IFRS 3), qui a conduit notamment à reconnaître au bilan une valeur pour la marque Louis Vuitton ;
- de l'obligation de constater un impôt différé sur les marques (IAS 12), comptabilisé en contrepartie d'un écart d'acquisition en raison du retraitement des acquisitions mentionné ci-dessus ;
- de l'enregistrement des engagements d'achat de titres de minoritaires en contrepartie d'un écart d'acquisition ;
- enfin, mais de façon limitée, de l'amortissement des marques et enseignes.

L'arrêt de l'amortissement des écarts d'acquisition produit des effets significatifs sur le résultat net ; au bilan, l'arrêt des amortissements a été enregistré de façon rétrospective, à compter de l'acquisition, mais remplacé le plus souvent par une dépréciation d'un montant similaire.

● Analyse de la variation des marques et enseignes :

| (en millions d'euros) | Valeur nette comptable au 1 ^{er} janvier 2004 |
|---|--|
| Marques et enseignes en normes françaises | 3 902 |
| – valorisation historique de la marque Louis Vuitton | 2 058 |
| – transferts d'écarts d'acquisition, fonds de commerce et autres, en marques et enseignes | 2 179 |
| – amortissement rétroactif de certaines marques et enseignes | (249) |
| – autres, nets | 30 |
| Marques et enseignes en normes IFRS | 7 920 |

Les écarts d'acquisition en normes françaises, transférés en marques et enseignes en normes IFRS, correspondent aux enseignes DFS, Samaritaine et Sephora France.

Les écarts d'acquisition liés aux autres enseignes acquises par Sephora Europe, en particulier en France ou en Italie, n'ont pas été reclassés, ces enseignes ayant été remplacées par le nom Sephora après l'acquisition.

Pour mémoire, tel que décrit en Note 2.3.2, le montant transféré en enseignes en IFRS est supérieur à celui déduit des écarts d'acquisition en normes françaises, la différence provenant de la part des minoritaires dans la valeur de l'enseigne.

● Analyse de la variation des écarts d'acquisition :

| (en millions d'euros) | Valeur nette comptable au 1 ^{er} janvier 2004 |
|--|--|
| Écarts d'acquisition en normes françaises | 3 410 |
| – transferts en marques et enseignes | (1 578) |
| – effets du retraitement des acquisitions antérieures | (531) |
| – contrepartie de l'impôt différé sur les marques, nette des dépréciations | 983 |
| – effets des engagements d'achat de titres de minoritaires | 1 390 |
| – annulation rétrospective des amortissements, nette des dépréciations | 237 |
| – autres, nets | (12) |
| Écarts d'acquisition en normes IFRS | 3 899 |

4.2 Engagements d'achat de titres de minoritaires

En normes françaises, l'engagement est indiqué dans les informations hors bilan.

En normes IFRS, l'engagement est comptabilisé au bilan en contrepartie de l'annulation des intérêts minoritaires et de la constatation d'un écart d'acquisition.

La contrepartie d'une variation de l'engagement ou des intérêts minoritaires se retrouvant dans le montant de l'écart d'acquisition, les capitaux propres part du Groupe ou le résultat ne sont donc pas affectés par ces variations ; il en est différemment en cas de dépréciation de l'écart d'acquisition.

Pour l'exercice 2004, les engagements contractuels et leur variation sont enregistrés au bilan dans les soldes suivants :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | 31 décembre 2004 |
|--|---------------------------------|---------------------|
| Engagements contractuels | 2 892 | 3 013 |
| Intérêts minoritaires | (1 460) | (1 529) |
| Réserves part du Groupe | (42) | (16) |
| Montant déduit des capitaux propres | (1 502) | (1 545) |
| Écart d'acquisition | 1 390 | 1 468 |

Les engagements contractuels incluent principalement la promesse d'achat octroyée par LVMH à Diageo, au titre de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy.

4.3 Réévaluation des terres à vignes

En application de l'option offerte par la norme IAS 16, les terres à vignes sont réévaluées à leur valeur de marché. L'écart entre le coût historique et la valeur de marché est inscrit en capitaux propres, net d'impôt différé, sans incidence sur le résultat.

L'évolution de la réserve de réévaluation sur l'exercice 2004 s'analyse de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | Variation de la réserve de réévaluation | 31 décembre 2004 |
|---------------------------------------|---------------------------------|---|---------------------|
| Maisons de Champagne | 598 | 74 | 672 |
| Autres terres à vignes | 38 | (2) | 36 |
| Impôts différés | (226) | (18) | (244) |
| Effet sur les capitaux propres | 410 | 54 | 464 |

4.4 Effets de IAS 39 au bilan et dette financière nette

4.4.1 Effets de IAS 39 au bilan

En normes françaises, le bilan enregistre la dette financière à sa valeur nominale et les instruments dérivés constituant des couvertures de change commerciales de flux futurs sont réévalués au cours de clôture, le résultat de cette réévaluation étant différé. Dans les deux cas, il n'y a pas d'effet sur le montant des capitaux propres.

En normes IFRS, la dette financière couverte est évaluée à valeur de marché, ainsi que les instruments de couverture associés ; le montant de cette réévaluation est inscrit dans le résultat de la période.

De même, la part efficace des instruments dérivés à nature de couverture de change commerciale de flux futurs est évaluée à valeur de marché, leur réévaluation au bilan étant enregistrée en contrepartie des capitaux propres.

Au 1er janvier 2004, date de transition, se retrouve en outre compris dans ce montant l'effet de la mise à valeur de marché d'instruments dérivés n'ayant plus en IFRS la qualification de couverture donnée en normes françaises.

Ces réévaluations sont enregistrées nettes d'impôt différé.

Les effets de ces différences sur les capitaux propres à la date de transition peuvent être résumés de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 |
|---|---------------------------------|
| Dérivés de change : | |
| • mise à valeur de marché de la part efficace des couvertures de change | 225 |
| • différences de qualification | 8 |
| | 233 |
| Mise à valeur de marché : | |
| • de la dette financière | (43) |
| • des instruments dérivés associés | 49 |
| | 239 |
| Impôts différés | (84) |
| Effet sur les capitaux propres | 155 |

4.4.2 Dette financière nette

En normes françaises, la dette financière nette est constituée de la dette financière à court et long terme en valeur nominale, sous déduction des liquidités et quasi-liquidités.

En normes IFRS, la dette financière nette est ajustée des éléments suivants :

- Différences d'évaluation :

Les emprunts et dettes financières couverts ne sont plus à valeur nominale dans les états financiers IFRS, mais à valeur de marché ; en conséquence, les instruments de couverture associés sont intégrés dans le calcul de la dette financière nette, à leur valeur de marché.

- Différences d'assiette :

En normes françaises, les intérêts courus non échus sont présentés en charges à payer ; en normes IFRS, ils sont rattachés aux emprunts et dettes concernés, dans le cadre de leur mise à valeur de marché évoquée ci-dessus.

Par ailleurs, la titrisation de créances clients est traduite en normes françaises par une annulation du montant des créances titrisées, sous réserve du dépôt de garantie, en contrepartie de l'augmentation des comptes de trésorerie ; dans le cadre de la convention de titrisation actuelle, l'annulation du montant des créances titrisées est remplacée en normes IFRS par une augmentation de la dette.

Ces éléments sont résumés dans le tableau ci-dessous :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | 31 décembre 2004 |
|---|---------------------------------|---------------------|
| Dette financière nette en normes françaises | 5 427 | 5 074 |
| Différences d'évaluation : | | |
| - mise à valeur de marché des dettes | 43 | 102 |
| - mise à valeur de marché des instruments de couverture | (49) | (97) |
| Différences d'assiette : | | |
| - transfert des intérêts courus non échus | 113 | 74 |
| - annulation des effets de la titrisation clients | 159 | 165 |
| - autres, nets | 34 | 8 |
| Dette financière nette en normes IFRS | 5 727 | 5 326 |

4.5 Investissements financiers

En application de la norme IAS 39, les investissements financiers sont évalués à leur juste valeur. L'écart, positif ou négatif, entre la valeur de marché et le coût historique est directement inscrit en capitaux propres, net d'impôt différé, sans incidence sur le résultat.

En cas de perte de valeur jugée définitive, une dépréciation est comptabilisée en résultat. Contrairement aux normes françaises, les augmentations de valeur ultérieures des actions cotées ne donnent pas lieu à une reprise de provision en résultat, mais à une augmentation de la réserve de réévaluation.

Il en résulte une différence de résultat pour l'exercice 2004, entre les normes françaises et IFRS, qui s'analyse de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | Variation | 31 décembre 2004 |
|---|---------------------------------|-----------|---------------------|
| Réévaluation des investissements financiers | 34 | 58 | 92 |
| Impôts différés | 27 | (26) | 1 |
| Effet sur les capitaux propres | 61 | 32 | 93 |
| dont : | | | |
| Écart de conversion | — | 13 | 13 |
| Réserve de réévaluation | 61 | 37 | 98 |
| Résultat de l'exercice | — | (18) | (18) |
| | 61 | 32 | 93 |

4.6 Actions LVMH

En normes françaises, les actions LVMH sont comptabilisées en « actifs non courants » et « actifs courants », selon leur affectation en valeurs mobilières de placement ou plans d'options d'achat et, dans ce dernier cas, selon la période d'exercice des options sous-jacentes ; le cas échéant sont comptabilisées des provisions pour dépréciation ou pour risques et charges, basées sur la valeur de marché des actions ou le prix d'exercice des options.

En normes IFRS, l'ensemble de ces montants est transféré en déduction des capitaux propres :

- la valeur brute des actions est reportée dans une rubrique dédiée,
- les provisions pour dépréciation ou pour risques et charges au 1er janvier 2004 sont reportées en report à nouveau,
- les variations de ces provisions et les résultats de cession sur 2004 sont annulés en résultat et transférés en report à nouveau.

Il en résulte les reclassements suivants au bilan et au compte de résultat :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | 31 décembre 2004 |
|--|---------------------------------|---------------------|
| Autres actifs long terme | (404) | (173) |
| Autres actifs court terme | (427) | (769) |
| Impôts différés | (6) | (5) |
| Autres passifs non courants | 71 | 56 |
| Autres passifs courants | 5 | 8 |
| Reclassements en capitaux propres | (761) | (883) |
| dont : | | |
| - actions LVMH, valeur brute | (882) | (1 006) |
| - réserves | 121 | 112 |
| - résultat | NA | 11 |
| | (761) | (883) |

4.7 Impôts différés

Les impacts des IFRS sur les soldes d'impôts différés au bilan sont de deux natures :

- reclassement de l'ensemble des soldes en actifs – passifs non courants,
- extension de l'assiette, compte tenu des retraitements spécifiques aux IFRS donnant lieu à impôt différé.

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | 31 décembre 2004 |
|---|---------------------------------|---------------------|
| Impôts différés nets, normes françaises | 297 | 155 |
| Impôts différés : | | |
| – sur les marques | (2 130) | (2 094) |
| – sur la réévaluation des terres à vignes | (226) | (244) |
| – sur la réévaluation des instruments de couverture | (84) | (46) |
| – sur autres retraitements, nets | 20 | (12) |
| Impôts différés nets, normes IFRS | (2 123) | (2 241) |

4.8 Chiffre d'affaires

La norme IAS 18 conduit essentiellement à des reclassements, en plus ou en moins, entre le chiffre d'affaires, le coût des ventes et les charges commerciales et administratives telles que présentées en normes françaises (voir Note 2.12) ; l'effet de ces reclassements sur le résultat opérationnel est non significatif.

Le montant de ces reclassements est précisé ci-après :

| (en millions d'euros) | Résultat 2004 |
|---|---------------|
| Chiffre d'affaires en normes françaises | 12 623 |
| • Frais commerciaux en normes françaises à nature de remise en IFRS | (147) |
| • Chiffre d'affaires en "concession" des grands magasins limité à la prestation de services | (64) |
| • Éléments du chiffre d'affaires recouverts pour compte de tiers | (28) |
| • Opérations en "agence" | 76 |
| • Autres | 21 |
| Chiffre d'affaires en normes IFRS | 12 481 |

4.9 Autres produits et charges opérationnels

Les autres produits et charges opérationnels, qui sont en IFRS une composante du résultat opérationnel, sont constitués des éléments suivants :

- les autres produits et charges comptabilisés en normes françaises au-dessous du résultat opérationnel, à l'exception des éléments reclassés en IFRS en capitaux propres ou en résultat financier ;

- les autres produits et charges de nature opérationnelle, comptabilisés en normes françaises dans le résultat opérationnel.

Le rapprochement entre ces deux montants est détaillé ci-après pour l'exercice 2004 :

| (en millions d'euros) | Résultat 2004 |
|---|---------------|
| Autres produits et charges – normes françaises | (126) |
| Montants reclassés en situation nette : | |
| • au titre des actions LVMH auto détenues | 11 |
| • au titre des actions Bouygues | (21) |
| • autres | (10) |
| Montant transféré en autres produits et charges opérationnels | (146) |
| Reclassements au sein du résultat opérationnel des produits et charges non récurrent | (9) |
| Effets des immobilisations incorporelles : | |
| • reclassement de la dépréciation des écarts d'acquisition enregistrée en normes françaises | (28) |
| • amortissement des marques et autres incorporels spécifiques aux IFRS | (16) |
| Autres produits et charges opérationnels – normes IFRS | (199) |

Les reclassements au sein du résultat opérationnel incluent notamment les effets de la première application de IAS 39. La part inefficace des instruments dérivés qualifiés de couvertures commerciales affectées à des flux de trésorerie futurs est comptabilisée immédiatement en normes IFRS, alors qu'elle est différée en normes françaises jusqu'à la tombée du sous-jacent. Le montant figurant en autres produits et charges correspond ainsi au montant différé au 31 décembre 2003 en normes françaises, qui aurait été pris en résultat financier en IFRS si ces normes avaient été appliquées dès 2003.

4.10 Résultat financier

Le rapprochement entre les montants du résultat financier en normes françaises et IFRS est constitué des éléments suivants :

- **Impacts de l'application de IAS 39 en matière de change et de taux**

En matière de change, il s'agit principalement de l'enregistrement en résultat financier d'effets enregistrés en normes françaises en résultat opérationnel, soit au titre

d'instruments dérivés perdant la qualification de couverture en IFRS, soit au titre de la quote part réputée inefficace de ces couvertures ; cette quote part aurait été enregistrée en normes françaises en résultat opérationnel 2004 ou différé sur les exercices ultérieurs, à l'exception du déport report sur opérations à terme, enregistré en résultat financier.

En matière de taux, les différences proviennent principalement de la mise à valeur de marché en résultat financier IFRS d'instruments dérivés qui avaient la qualification de couverture en normes françaises, et dont les effets sur les frais financiers étaient pris en compte prorata temporis sur la durée de la couverture.

- **Impacts de l'application de IAS 39 en matière d'investissements ou de placements financiers**

Le résultat financier n'enregistre pas en IFRS les variations de provision pour dépréciation des investissements, s'il ne s'agit pas d'une perte de valeur définitive ; en outre, le résultat financier IFRS enregistre les variations de valeur de marché des placements, variations qui n'étaient pas systématiquement reconnues en résultat en normes françaises.

- **Autres impacts**

Ceux-ci sont liés notamment à l'actualisation des créances et dettes à long terme, ou au reclassement en déduction du chiffre d'affaires d'escomptes financiers à nature de remise sur prix de vente.

L'ensemble de ces effets sont résumés dans le tableau ci-après :

| (en millions d'euros) | Résultat 2004 |
|--|---------------|
| Résultat financier en normes françaises | (181) |
| Effets de IAS 39 : | |
| sur les couvertures de change | (18) |
| sur les couvertures de taux | (10) |
| sur les investissements et placements financiers | (4) |
| | (32) |
| Autres effets (actualisation...), nets | (7) |
| Résultat financier en normes IFRS | (220) |

4.11 Autres retraitements

Les effets des principaux retraitements décrits en Notes 2.11 et 2.14 s'analysent de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | Résultat | 31 décembre 2004 |
|--|---------------------------------|----------|---------------------|
| Engagements sociaux : comptabilisation des écarts actuariels différés | (31) | 1 | (30) |
| Prise en compte de valeurs résiduelles pour le calcul des amortissements de l'actif immobilisé | 7 | 5 | 12 |
| Annulation des frais financiers sur les constructions | (8) | 2 | (6) |
| Capitalisation des coûts de développement | 2 | 1 | 3 |
| Actualisation des créances et dettes à long terme | (5) | (2) | (7) |

En outre, la charge d'impôt IFRS est inférieure à celle comptabilisée en normes françaises ; cette différence provient de la diminution du taux d'impôt français en 2004, venant réduire l'impôt différé sur les marques constaté en IFRS.

5. EFFETS DES IFRS SUR LE TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

5.1 Définition de la trésorerie

En normes françaises, les disponibilités et les valeurs mobilières de placement sont présentées au bilan sur deux lignes distinctes. Les valeurs mobilières de placement incluent notamment les parts de SICAV et FCP, que les placements réalisés soient monétaires ou portent sur des titres cotés ou non cotés.

La trésorerie brute intégrée dans le calcul de la variation de trésorerie en normes françaises comprend les disponibilités et seuls certains placements en parts de SICAV et FCP ; il s'agit des placements dont la valeur n'est pas soumise à un risque d'évolution des cours boursiers, dès lors que ceux-ci peuvent être rendus immédiatement liquides c'est-à-dire essentiellement les placements monétaires.

La trésorerie au bilan en normes IFRS est identique à la trésorerie brute déterminée pour le tableau de variation de trésorerie en normes françaises.

Les montants apparaissant en trésorerie nette dans le tableau de variation de trésorerie sont ainsi les mêmes en normes françaises et IFRS, alors que des différences peuvent apparaître dans les montants de trésorerie et équivalents inscrits au bilan.

Le rapprochement des soldes de trésorerie figurant au bilan et dans les tableaux de variation de trésorerie, en normes françaises et IFRS, s'établit de la façon suivante :

| (en millions d'euros) | 1 ^{er} janvier 2004 | 31 décembre 2004 |
|--|---------------------------------|---------------------|
| Disponibilités au bilan en normes françaises | 823 | 1 017 |
| Reclassement en disponibilités des placements liquides et sans risque de cours | 32 | 18 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan en normes IFRS | 855 | 1 035 |
| Découverts bancaires | (252) | (234) |
| Trésorerie nette en normes françaises et IFRS | 603 | 801 |

5.2 Analyse des variations de trésorerie

| (en millions d'euros) | Normes françaises | Normes IFRS | Écart |
|---|-------------------|--------------|-------------|
| Capacité d'autofinancement | 2 137 | 2 192 | 55 |
| Variation du besoin en fonds de roulement | (174) | (250) | (76) |
| Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation | 1 963 | 1 942 | (21) |
| Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles | (562) | (521) | 41 |
| Investissements en immobilisations financières | (396) | (377) | 19 |
| Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement | (958) | (898) | 60 |
| Variation de la trésorerie issue des opérations de financement | (798) | (837) | (39) |
| Incidence des variations des cours des devises | (9) | (9) | - |
| Variation de la trésorerie nette | 198 | 198 | - |
| Trésorerie nette au 1 ^{er} janvier 2004 | 603 | 603 | - |
| Trésorerie nette au 31 décembre 2004 | 801 | 801 | - |

Les principaux retraitements effectués par LVMH au titre de la mise en œuvre des normes IFRS sont sans incidence sur la trésorerie (mise à valeur de marché des investissements financiers et des vendanges, comptabilisation des plans d'options, comptabilisation des dérivés en valeur de marché, ...). Cependant, certains retraitements modifient les agrégats intermédiaires du tableau de variation de trésorerie consolidée ; en outre, en IFRS, certaines conventions de présentation de ce tableau sont modifiées.

Les principales sources d'écarts entre les montants apparaissant en normes françaises et IFRS sont les suivantes :

- En normes françaises, LVMH présente l'acquisition d'actifs en crédit-bail dans les flux d'investissement et d'endettement de l'exercice d'acquisition, pour un montant identique. La norme IAS 7 exclut expressément ces opérations d'investissement et d'endettement du tableau de variation de trésorerie consolidée.
- Certains contrats de location ne sont pas analysés comme des contrats de crédit-bail en normes françaises mais répondent aux critères de capitalisation établis par IAS 17. La conséquence de ce retraitement sur le tableau de variation de trésorerie consolidée est une augmentation de la capacité d'autofinancement, pour la part de loyer correspondant au remboursement de l'emprunt, et une augmentation des décaissements au titre des opérations de financement.

- Les frais de développement de nouveaux produits, modèles ou formules, sont comptabilisés en charges en normes françaises mais capitalisés selon certaines conditions en application de IAS 38. Il en résulte une augmentation de la capacité d'autofinancement et des investissements en IFRS.
- Certains coûts présentés en charges à étaler en normes françaises sont reclassés en immobilisations corporelles en normes IFRS. En conséquence, la variation du besoin en fonds de roulement est diminuée et les flux d'investissement sont augmentés en IFRS.
- En normes françaises, l'ensemble des éléments relatifs aux instruments de couverture de risques de change et de taux sont présentés dans les flux de trésorerie issus des opérations d'exploitation. En normes IFRS, les éléments relatifs au risque de change sont présentés dans les flux de trésorerie issus des opérations d'exploitation, ceux relatifs aux instruments de couverture du risque de taux sont présentés dans les flux issus des opérations de financement.
- Les opérations d'acquisition et de cession de valeurs mobilières de placement étaient présentées dans les flux de trésorerie relatifs aux opérations de financement en normes françaises. En normes IFRS, ces transactions sont présentées dans les flux de trésorerie issus des opérations d'investissement.

Les autres modifications n'ont pas de caractère significatif.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES ÉTATS DE RAPPROCHEMENT IFRS

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

A la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, nous avons effectué un audit des états de rapprochement présentant l'impact du passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne sur les capitaux propres et le résultat consolidés de la société, pour l'exercice clos le 31 décembre 2004 (les « rapprochements IFRS »), tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les rapprochements IFRS ont été établis sous la responsabilité du Conseil d'Administration, dans le cadre du passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, à partir des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004 préparés en conformité avec les règles et principes comptables français (les « comptes consolidés »), qui ont fait l'objet de notre part d'un audit selon les normes professionnelles applicables en France. Notre audit nous a conduit à exprimer une opinion sans réserve sur ces comptes consolidés. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur les rapprochements IFRS.

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les rapprochements IFRS ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces rapprochements. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour leur établissement et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

A notre avis, les rapprochements IFRS ont été établis, dans tous leurs aspects significatifs conformément aux règles d'élaboration décrites dans les notes annexes, lesquelles précisent comment la norme IFRS 1 et les autres normes comptables internationales adoptées dans l'Union européenne ont été appliquées et indiquent les normes, interprétations, règles et méthodes comptables qui, selon la direction, devraient être applicables pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005 selon le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le paragraphe introductif de la partie « Mise en oeuvre des normes IFRS » qui expose les raisons pour lesquelles les rapprochements IFRS relatifs à l'exercice 2004 présentés dans les comptes consolidés de l'exercice 2005 pourraient être différents des rapprochements IFRS joints au présent rapport.

Par ailleurs, nous rappelons que, s'agissant de préparer le passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, les rapprochements IFRS ne constituent pas des comptes consolidés établis selon le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, permettant de donner, au regard de ce référentiel, une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

1. COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

Conseil d'Administration

Bernard Arnault
Président Directeur Général

Antoine Bernheim¹
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général Délégué

Delphine Arnault
Jean Arnault
Nicolas Bazire
Nicholas Clive Worms¹
Diego Della Valle¹
Albert Frère
Jacques Friedmann¹
Pierre Godé
Gilles Hennessy
Patrick Houël
Arnaud Lagardère¹
Lord Powell of Bayswater
Felix G. Rohatyn
Hubert Védrine¹

Censeur

Kilian Hennessy¹

Comité d'Audit de la Performance

Antoine Bernheim¹
Président

Nicholas Clive Worms¹
Gilles Hennessy

Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations

Antoine Bernheim¹
Président

Albert Frère
Kilian Hennessy¹

¹ Personnalité indépendante.

Comité exécutif

Bernard Arnault
Président Directeur Général

Antonio Belloni
Directeur Général Délégué

Nicolas Bazire
Développement et Acquisitions

Ed Brennan
Travel retail

Yves Carcelle
Mode et Maroquinerie

Pierre Godé
Conseiller du Président

Jean-Jacques Guiony
Finances

Patrick Houël
Conseiller du Président

Concetta Lanciaux
*Conseiller du Président, Synergies,
Président LVMH Italie*

Pierre Letzelter
Sephora

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Patrick Quart
Conseiller du Président

Philippe Pascal
Montres et Joaillerie

Daniel Piette
L Capital

Bernard Rolley
Opérations

Pierre-Yves Roussel
Stratégie et Opérations

Secrétariat Général

Marc-Antoine Jamet

Commissaires aux Comptes

Deloitte & Associés
représenté par Thierry Benoit et Alain Pons

Ernst & Young Audit
représenté par Jeanne Boillet et Gilles Galippe

2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES ADMINISTRATEURS

2.1 MANDATS EN COURS

M. Bernard ARNAULT, Président Directeur Général

Né le 5 mars 1949

Français

Date de première nomination : 26 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Président du Conseil d'Administration de Christian Dior, 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 (Japan) KK, Japon ;

Membre du Conseil de Surveillance de :

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

Membre du Comité de Surveillance de Financière Jean Goujon, SAS, France.

M. Jean ARNAULT

Né le 23 octobre 1919

Français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Administrateur de :

- Belle Jardinière, SA, France ;
- Christian Dior Couture, SA, France ;
- Financière Agache, SA, France ;
- Parfums Christian Dior, SA, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France

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

Mlle Delphine ARNAULT

Née le 4 avril 1975

Française

Date de première nomination : 10 septembre 2003

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Administrateur de Loewe SA, Espagne

M. Antoine BERNHEIM, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924

Français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 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 ;
- Alleanza Assicurazioni, Italie.

Administrateur de :

- Bolloré, SA, France ;
- Christian Dior, SA, France ;
- Christian Dior Couture, SA, France ;
- Ciments Français, SA, France ;
- Generali France, SA, France ;
- Generali España Holding, SA, Espagne ;
- 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. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942

Français

Date de première nomination : 22 septembre 1988

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Président du Conseil d'Administration de :

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

Président de :

- Maison Worms, SAS, France ;
- Worms 1848, SAS, France.

Administrateur de :

- Financière de Services Maritimes, SA, France ;
- Ifabanque, SA, France ;
- Unibail Holding, SA, France ;
- Haussmann Holdings, SA, Luxembourg.

Membre du Conseil de Surveillance de Permal, SCA, France.

Représentant permanent de Worms 1848, SAS, Membre du Conseil de Surveillance de Worms & Cie, SA, France.

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926

Belge

Date de première nomination : 29 mai 1997

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

FONCTIONS ET MANDATS :

Président du Conseil d'Administration de :

- Erbé S.A., Belgique ;
- Financière de la Sambre, 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. Pierre GODÉ, Conseiller du Président

Né le 4 décembre 1944

Français

Date de première nomination : 13 janvier 1989

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

FONCTIONS ET MANDATS :

Président et Directeur Général de :

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

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Président de Financière Jean Goujon SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior, SA, France ;
- Christian Dior Couture, SA, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc., États-Unis ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton (Japan) KK, Japon ;

Gérant de Redeg, SARL, France.

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

M. Patrick HOUËL, Conseiller du Président

Né le 25 juillet 1942

Français

Date de première nomination : 13 mai 2004

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Vice-Président du conseil de surveillance de LVMH Fashion Group, SA, France.

Président du Conseil d'Administration de :

- Objectif Second Marché, SICAV, France ;
- LVMH Iberia, Espagne.

Administrateur de :

- Le Bon Marché Maison Aristide Boucicaut, SA, France ;
- Compagnie Financière Laflachère, SA, France ;
- DI Group, SA, France ;
- Moët Hennessy International, SA, France ;
- Parfums Givenchy, SA, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Slivarente, SICAV, France ;
- Wine & Co, France ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- DFS Group L.P., États-Unis ;
- DFS Guam L.P., Guam ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton (Japan) KK, Japon ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc, États-Unis ;
- Tag Heuer International, SA, Luxembourg ;
- 1896 Corp, États-Unis ;
- 598 Madison Leasing Corp, États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de Euronext NV, Pays-Bas.

Président de :

- Eutrope, SAS, France ;
- Société Montaigne Jean Goujon, SAS, France.

Représentant permanent de :

- LVMH Fashion Group, Administrateur de Sephora, SA, France ;
- LVMH Finance, Administrateur de LV Capital, SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, Administrateur de 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.

Représentant légal de la Société Montaigne Jean Goujon, Administrateur de Mongoual SA, France.

M. Arnaud LAGARDÈRE

Né le 18 mars 1961

Français

Date de première nomination : 15 mai 2003

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2005

FONCTIONS ET MANDATS :

Gérant et Associé Commandité de Lagardère SCA, France.

Président Directeur Général de :

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

Président du Conseil d'Administration de :

- Lagardère Thématiques, SA, France ;
- EADS Participations B.V., Pays-Bas ;
- European Aeronautic Defence and Space Company-Eads, N.V., Pays-Bas.

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 Capital et Management, SAS, France.

Président de la Fondation Jean-Luc Lagardère, France.

Président Délégué de Lagardère Active Broadcast, SA, 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

Britannique

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.

M. Félix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928

Américain

Date de première nomination : 14 mai 2001

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Président de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc., États-Unis.

Vice-Président du Conseil d'Administration de Carnegie Hall, États-Unis.

Administrateur de Rothschilds Continuation Holdings, AG, France.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Lagardère SCA, France ;
- Publicis Groupe, SA, France.

Administrateur du Center for Strategic and International Studies (CSIS), États-Unis.

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947

Français

Date de première nomination : 13 mai 2004

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Associé-Gérant de Hubert Védrine (HV) Conseil, SARL, France.

2.2 CANDIDATS AUX FONCTIONS D'ADMINISTRATEURS

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et Acquisitions

Né le 13 juillet 1957

Français

Date de première nomination : 12 mai 1999

FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président du Conseil des Commanditaires de Rothschild et Cie Banque, SCS, France.

Président du Conseil de Surveillance de LVMH Fashion Group, SA, France.

Vice-Président et membre du Conseil de Surveillance de Tajan SA, France.

Administrateur de :

- DI Group, SA, France ;
- Europatweb, SA, France ;
- Ipsos, SA, France.

Président de MPG Investissements SAS, France.

Président de la Société Financière Saint Nivard, SAS, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Représentant permanent de Sifanor, Administrateur de Agache Développement SA, France.

Représentant permanent de Groupe Arnault SAS, Administrateur de Financière Agache, SA, France.

Représentant légal de Groupe Arnault SAS, Président de Ficonor SAS, France.

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

FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Directeur Général Délégué et Administrateur de Groupe Arnault SA, France.

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

Membre du Conseil de Surveillance de Zebank SA, France.

Administrateur de :

- Amec, France ;
- Marnigan Investissements, France ;
- Island, États-Unis ;
- LVMH Art Investments Limited, Grande-Bretagne.

Président de GA Investissements SAS, France.

Représentant permanent de Europatweb NV, Administrateur de Europatweb France, France.

Représentant de Montaigne Participations et Gestion, Membre du Comité de Surveillance de Paul Doumer Automobiles, SAS, France.

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

M. Antonio BELLONI, Directeur Général délégué

Né le 22 juin 1954

Italien

Date de première nomination : 15 mai 2002

FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Directeur Général de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc, États-Unis.

Administrateur de :

- De Beers LV Limited, Grande-Bretagne ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- DFS Group LP, États-Unis ;
- DFS Guam LP, Guam ;
- Donna Karan International Inc, États-Unis ;
- Fendi, Luxembourg ;
- Fendi Adele Srl, Italie ;
- Fendi Industria Srl, Italie ;
- Thomas Pink Ltd, Grande-Bretagne.

FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

- Administrateur de Acqua di Parma, Italie.

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953

Italien

Date de première nomination : 15 mai 2002

FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué de Tod's SpA, Italie.

Associé Commandité et Administrateur de Diego Della Valle & C. Sapa, Italie.

Administrateur de :

- Le Monde Europe, SA, France ;
- D.A.DV Family Holding Sarl, Luxembourg ;
- Assicurazioni Generali SpA, Italie ;
- Banca Nazionale del Lavoro SpA, Italie ;
- Compagnia Immobiliare Azionaria, Italie ;
- DI.VI Finanziaria S.A.P.A, Italie ;
- Ferrari SpA, Italie ;
- Maserati SpA, Italie ;
- RCS Mediagroup SpA, Italie.

Administrateur unique de DDV partecipazioni SRL, Italie.

FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Président du Conseil d'Administration de :

- Fondazione Della Valle Onlus, Italie ;
- Italiantouch Srl, Italie.

Président d'honneur d'ACF Fiorentina SpA, Italie.

Administrateur de :

- Banca Commerciale Italiana, Italie ;
- Casa di Risparmio di Fermo, Italie ;
- Iri, SpA, Italie.

M. Jacques FRIEDMANN

Né le 15 octobre 1932

Français

Date de première nomination : 5 mars 2003

FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Membre du Conseil de Surveillance de LVMH Fashion Group SA, France.

Administrateur de :

- BNP Paribas, SA, France ;
- Total, SA, France.

FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Président du Conseil de Surveillance de Axa, France.

Président du Conseil d'Administration de l'Association de la Galerie du Jeu de Paume, France.

Président du Conseil d'Orientation du Musée du Quai Branly, France.

Administrateur de :

- Alcatel, France ;
- Vivendi Universal, France.

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949

Français

Date de première nomination : 6 juin 1990

FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS :

Président du Conseil d'Administration de :

- Jas Hennessy & Co Ltd, Irlande ;
- Moët Hennessy Danmark A/S, Danemark.

Administrateur de :

- France Champagne, SA, France ;
- Moët Hennessy International, SA, France ;
- Moët Hennessy Investissements, SA, France ;
- Moët Hennessy UDV France, SAS, France ;
- Innovacion en Marcas de Prestigio, SA de CV, Mexique ;
- Moët Hennessy Belux, SA, Belgique ;
- Moët Hennessy UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy de Mexico, SA, Mexique ;
- Moët Hennessy Asia Pacific Pte, Singapour ;
- Moët Hennessy, Shanghai, Chine ;
- Schieffelin & Co, Inc, États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de Schieffelin & Somerset, États-Unis.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires de Champagne Moët & Chandon, SCS, France.

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

Membre du Conseil des Commanditaires de :

- Jas Hennessy & Co, SCS, France ;
- Veuve Clicquot Ponsardin, SCS, France.

FONCTIONS ET MANDATS ANTÉRIEURS :

Directeur Général Délégué et Administrateur de Jas Hennessy & Co, France.

Gérant de :

- EURL Richemont, France ;
- Moët Hennessy Deutschland GmbH, Allemagne.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil de Surveillance de Champagne Moët & Chandon, France.

2.3 PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DU CENSEUR

M. Kilian HENNESSY

Né le 19 février 1907

Français

Date de première nomination : 16 septembre 1971

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006

FONCTIONS ET MANDATS :

Président d'honneur du Conseil des Commanditaires de Jas Hennessy & Co, SCS, France.

Administrateur de Parfums Christian Dior, SA, France.

4. COMMISSAIRES AUX COMPTES

Commissaires aux comptes titulaires

| | Date de début du premier mandat | Mandat en cours | |
|---|------------------------------------|--------------------|---|
| | | Date de nomination | Date de fin de mandat |
| <ul style="list-style-type: none"> ERNST & YOUNG Audit 4 rue Auber 75009 PARIS Représenté par Jeanne BOILLET et Gilles GALIPPE | 6 juin 1986 | 13 mai 2004 | Assemblée approuvant les comptes de l'exercice 2009 |
| <ul style="list-style-type: none"> DELOITTE & Associés 185 avenue Charles de Gaulle 92524 Neuilly sur Seine Cedex Représenté par Thierry BENOIT et Alain PONS | 13 mai 2004 | 13 mai 2004 | Assemblée approuvant les comptes de l'exercice 2009 |

Commissaires aux comptes suppléants

| | | | |
|--|-------------|-------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> M. Denis GRISON Le Vinci - 4 allée de l'Arche 92075 Paris La Défense Cedex | 6 juin 1986 | 13 mai 2004 | Assemblée approuvant les comptes de l'exercice 2009 |
| <ul style="list-style-type: none"> M. Dominique THOUVENIN 139 boulevard Haussmann 75008 PARIS | 9 juin 1989 | 13 mai 2004 | Assemblée approuvant les comptes de l'exercice 2009 |

Honoraires perçus en 2004

| (en milliers d'euros) | Ernst & Young | | Deloitte et Associés | | Mazars | |
|--|---------------|---------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2004 | 2003 | 2004 | 2003 | 2004 | 2003 |
| Audit : | | | | | | |
| Commissariat aux comptes et autres missions de certification comptable ⁽¹⁾ | 11 769 | 11 701 | 6 572 | 1 426 | 1 089 | 1 012 |
| Missions accessoires | 1 685 | 314 | 358 | 74 | 42 | – |
| | 13 454 | 12 015 | 6 930 | 1 500 | 1 131 | 1 012 |
| Autres prestations : | | | | | | |
| Juridique, fiscal, social | 595 | 815 | 217 | 188 | 3 | 3 |
| Autres | 47 | 978 | 68 | 26 | – | – |
| | 642 | 1 793 | 285 | 214 | 3 | 3 |
| TOTAL | 14 096 | 13 808 | 7 215 | 1 714 | 1 134 | 1 015 |

⁽¹⁾ dont, au titre des informations IFRS pour l'exercice 2004, un montant de 5 562 milliers d'euros pour l'ensemble des Commissaires aux Comptes.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.

GOUVERNEMENT 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 17 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 2004, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre 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, l'autorisation de cautions au profit de tiers ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 117 500 euros à titre de jetons de présence. Ces jetons sont répartis entre les administrateurs et les censeurs selon une clé de répartition définie par le Conseil d'Administration et qui prend en compte les fonctions exercées au sein du Conseil et des Comités.

Direction Générale

Le Président du Conseil d'Administration assure également les fonctions de Directeur Général. Aucune limitation n'a été apportée aux pouvoirs du Directeur Général.

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

Comité d'Audit de la Performance

Le Comité d'audit de la Performance a pour missions essentielles de s'assurer de la conformité 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 trois administrateurs dont deux sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité d'audit de la Performance s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2004. 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 Financier, du Directeur des Opérations, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Juridique, et en fonction des sujets abordés, du Directeur de l'Environnement, et du Directeur de la Trésorerie.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, les travaux du Comité ont porté principalement sur le contrôle de l'audit interne, le passage aux normes IFRS, l'impact des dispositions de la Loi de Sécurité Financière, la politique de couverture de change, la valorisation des marques et écarts d'acquisition du Groupe, le choix des Commissaires aux Comptes, et la politique suivie en matière de protection de l'environnement.

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 trois membres dont deux sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2004 en présence de tous ses membres. Il a émis des propositions

relatives à la rémunération et à l'attribution d'options de souscription d'actions 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.

1. 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

Le Conseil d'Administration est composé d'un nombre maximum de dix-huit membres dont quatre, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la société.

Le nombre d'administrateurs, ou de représentants permanents de personnes morales, venant de sociétés extérieures dans lesquelles le Président du Conseil d'Administration ou un administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué détient un mandat, est limité à quatre.

2. 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

Le Conseil d'Administration tient au minimum quatre réunions dans l'année.

Toute personne physique qui accepte les fonctions d'administrateur ou de représentant permanent d'une personne morale administrateur de la société, prend l'engagement d'assister régulièrement aux réunions du Conseil d'Administration et aux Assemblées Générales.

Sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations, l'absentéisme répété et non justifié d'un administrateur pourra entraîner la remise en cause de son mandat par le Conseil d'Administration.

Afin de leur permettre d'exercer pleinement le mandat qui leur a été conféré, le Président du Conseil d'Administration, les administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué, ainsi que les autres administrateurs se doivent de communiquer au Conseil d'Administration toute information significative nécessaire à l'exercice de ce mandat.

Les décisions prises par le Conseil d'Administration sont adoptées à la majorité simple et ont un caractère collégial.

S'ils le jugent nécessaire, les administrateurs indépendants peuvent tenir réunion en dehors des autres membres du Conseil d'Administration.

Sur des sujets spécifiques ou d'importance, le Conseil d'Administration peut désigner plusieurs administrateurs en son sein qui se réunissent en Comité(s).

Chaque membre du Conseil d'Administration agit dans l'intérêt et pour le compte de l'ensemble des actionnaires.

4. Responsabilité

Les membres du Conseil d'Administration ont le devoir de connaître les obligations générales ou particulières qui leur incombent du fait de leur charge, de même que les textes réglementaires ou légaux qui l'encadrent.

Les membres du Conseil d'Administration sont tenus de garder secrète jusqu'à ce qu'elle soit rendue publique par la société toute information concernant la société ou le groupe dont ils pourraient avoir connaissance dans l'exercice de leurs fonctions.

Les membres du Conseil d'Administration s'engagent à n'effectuer, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour celui de tiers, aucune opération sur les titres de la société au vu d'informations qui leur auraient été communiquées dans le cadre de l'exercice de leurs fonctions et qui ne seraient pas connues du public.

Les administrateurs s'engagent à prévenir le Président du Conseil d'Administration de toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs 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

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

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'Administration et, le cas échéant, des censeurs sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations.

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

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains administrateurs pour les missions spécifiques qui 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.

2. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

1. Composition du Comité

Le Comité d'Audit de la Performance (ci-après « le Comité ») est composé de trois administrateurs au moins, dont la majorité d'entre eux sont des administrateurs indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'Administration ou un administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ne peut être membre du Comité.

Un administrateur ne peut être nommé membre du Comité, si le Président du Conseil d'Administration ou un administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

2. Rôle du Comité

Le Comité a pour missions de :

- s'assurer de la pertinence et de la permanence des principes comptables suivis par la société, ainsi que de la transparence de leur mise en 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.

Le Comité peut également être consulté par le Président du Conseil d'Administration ou par les administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué pour leur donner un avis sur la nomination ou le

renouvellement des commissaires aux comptes et des réviseurs externes.

Le Comité fournit un avis sur les honoraires des commissaires aux comptes.

Le Comité peut adresser des recommandations au management sur les priorités et les orientations générales de l'audit interne.

3. Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité se réunit au minimum deux fois par an, hors la présence du Président du Conseil d'Administration et des administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué, 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.

Le cas échéant, le Comité peut être appelé à tenir des réunions exceptionnelles, lorsque survient un événement pouvant affecter de manière significative les comptes sociaux ou consolidés.

Tout document communiqué aux membres du Comité dans le cadre de leurs attributions doit être considéré comme confidentiel tant qu'il n'a pas été rendu public par la société.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

Chaque réunion du Comité fait l'objet d'un compte-rendu.

4. Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

Le Comité peut demander communication de tout document comptable, juridique ou financier qu'il juge utile à l'accomplissement de sa mission.

A sa demande, et hors la présence du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général(aux) délégué(s) de LVMH, le Comité peut entendre les directeurs de la société, notamment ceux responsables de l'établissement des comptes et du contrôle interne, ainsi que les Commissaires aux comptes.

5. Rémunération des membres du Comité

Les membres et le président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

3. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

1. Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations (ci-après « le Comité ») est composé d'au moins trois administrateurs et/ou censeurs. La majorité de ses membres sont indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'Administration, les administrateurs exerçant une fonction de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ou rémunérés par une filiale de LVMH ne peuvent être membres du Comité.

Un administrateur ne peut être nommé membre du Comité, si le Président du Conseil d'Administration ou un administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH, est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

2. Rôle du Comité

Le Comité a pour mission, sur consultation du Président du Conseil d'Administration, d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures aux postes d'administrateur et de censeur de la société en veillant à ce que figurent au sein de son Conseil d'Administration des personnalités extérieures et indépendantes de celle-ci.

Le Comité est sollicité par le Président du Conseil d'Administration ou par les administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué pour leur donner un avis sur les candidatures aux fonctions de membre du comité exécutif du Groupe et de direction générale de ses principales filiales.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la société, ainsi que sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) directeur(s) général (généraux) délégué(s) de la société.

Le Comité fournit un avis sur la rémunération et les avantages en nature attribués aux administrateurs et censeurs de la société par le Groupe ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération et d'incitation, fixes ou variables, immédiats et différés, des dirigeants du Groupe.

Le Comité rédige et propose au Conseil d'Administration de faire publier dans le rapport annuel une notice biographique sur chaque administrateur.

Le Comité dresse un tableau récapitulatif des jetons de présence effectivement payés à chaque administrateur.

Le Comité prépare chaque année un projet de rapport qu'il soumet au Conseil d'Administration, destiné à l'Assemblée générale des actionnaires et relatif aux rémunérations des mandataires sociaux et aux options attribuées ou levées par ceux-ci au cours de l'exercice écoulé. Ce rapport mentionne également la liste des dix salariés de l'entreprise ayant bénéficié des principales dotations et de ceux ayant effectué les principales levées d'options.

L'évolution des rémunérations est liée à la performance et à la valeur intrinsèque de l'entreprise.

3. Fonctionnement du comité

L'acceptation par un administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité délibère, soit sur l'initiative du Président du Conseil d'Administration ou de l'administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général, soit de deux des membres de ce comité, chaque fois que nécessaire.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

4. Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

5. Rémunération des membres du Comité

Les membres et le président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

4. STATUTS

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 22 avenue Montaigne, 75008 Paris.
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 EUR 0,30 nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion,

772 877 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par les actionnaires de la société JAS Hennessy & Co de 772 877 actions de ladite société, évaluées à FRF 407 306 179,

2 989 110 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 1 670 164 511, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion,

1 343 150 actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à FRF 1 700 000 000.

Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfiques ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfiques ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 – Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévu une, doit être versée en totalité lors de la souscription.

Le versement du reste est appelé par le Conseil d'Administration en une ou plusieurs fois dans un délai de cinq ans à compter de la date de réalisation de l'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des actionnaires huit jours au moins avant l'époque fixée pour chaque versement par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du lieu du siège social, ou par lettre recommandée avec avis de réception adressée aux actionnaires.

Les sommes exigibles sur le montant non libéré des actions sont, sans qu'il soit besoin d'une demande en justice, productives, jour par jour, d'un intérêt calculé au taux de 5 % l'an, à compter de la date de leur exigibilité.

Lorsque les actions en numéraire ne sont pas libérées intégralement au moment de l'émission, elles doivent revêtir la forme nominative et demeurer sous cette forme jusqu'à leur entière libération.

Article 8 – Droits et obligations attachés aux actions

Les droits et obligations attachés à l'action suivent celle-ci, dans quelque main qu'elle passe et la cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir et, le cas échéant, la quote-part des réserves et des provisions.

La propriété de l'action entraîne, ipso facto, l'approbation par le titulaire des présents statuts, ainsi que celle des décisions des Assemblées Générales d'actionnaires.

En plus du droit de vote que la loi attache aux actions, chacune d'elles donne droit, dans la propriété de l'actif social, dans le partage des bénéfices et dans le boni de liquidation, à une quotité proportionnelle au nombre et à la valeur nominale des actions existantes.

Le cas échéant, et sous réserve des prescriptions légales impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales, comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la société, avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la société ou de sa liquidation, de telle sorte que, compte tenu de leur valeur nominale respective, toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette, quelle que soit leur origine ou leur date de création.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires font leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions nécessaire.

Article 9 – Forme et transmission des actions

Les actions entièrement libérées revêtent la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve, toutefois, de l'application des dispositions légales relatives à la forme des actions détenues par certaines personnes.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Toutefois, il pourra être créé des certificats ou tout autre document représentatifs d'actions dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription en compte nominatif.

Lorsque le propriétaire des titres n'a pas son domicile sur le territoire français, au sens de l'article 102 du Code civil, tout intermédiaire peut être inscrit pour le compte de ce propriétaire. Cette inscription peut être faite sous la forme d'un compte collectif ou en plusieurs comptes individuels correspondant chacun à un propriétaire.

L'intermédiaire inscrit est tenu, au moment de l'ouverture de son compte auprès soit de la société émettrice, soit de l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, de déclarer sa qualité d'intermédiaire détenant des titres pour le compte d'autrui.

Les actions inscrites en compte se transmettent librement par virement de compte à compte.

L'acceptation du cessionnaire n'est exigée que pour les transferts d'actions non entièrement libérées.

Les frais de transfert sont à la charge des cessionnaires.

Les actions non libérées des versements exigibles ne sont pas admises au transfert.

Article 10 – Valeurs mobilières

La société pourra procéder à l'émission de toute valeur mobilière prévue par la loi.

Il pourra également être créé des certificats ou tout autre document représentatifs de valeurs mobilières dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

Article 11 – Actions 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

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.

Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cent (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.

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.

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.

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

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.

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.

Il est tenu un registre de présence qui est signé par les Administrateurs participant à la séance du Conseil d'Administration.

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

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.

En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'Administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 17 – Direction Générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale

La Direction Générale de la société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'Administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'Administration et portant le titre de Directeur Général, selon la décision du Conseil d'Administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction Générale de la société est assumée par le Président du Conseil d'Administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur Général lui sont applicables.

2. Directeur Général

Le Directeur Général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. Le Directeur Général ne doit pas être âgé de plus de soixante-cinq ans. S'il vient à dépasser cet âge il est réputé démissionnaire d'office.

Le Directeur Général est révocable à tout moment par le Conseil d'Administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume les fonctions de Président du Conseil d'Administration.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'Administration.

Il représente la société dans les rapports avec les tiers. La société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'Administration limitant les pouvoirs du Directeur Général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs Généraux délégués

Sur proposition du Directeur Général, le Conseil d'Administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur Général avec le titre de Directeur Général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs Généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs Généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'Administration, sur proposition du Directeur Général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur Général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs Généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur Général.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'Administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs Généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

La limite d'âge applicable au Directeur Général vise également les Directeurs Généraux délégués.

Article 18 – Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'Administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur Général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur Général et les Directeurs Généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 19 – Conventions soumises 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

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.

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.

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.

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

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.

Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. A égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, 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.

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.

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.

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.

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.

S'il existe plusieurs catégories d'actions, aucune modification ne peut être faite aux droits des actions d'une de ces catégories sans vote conforme d'une Assemblée Générale Extraordinaire ouverte à tous les actionnaires et, en outre, sans vote également conforme d'une Assemblée Spéciale ouverte aux seuls propriétaires des actions de la catégorie intéressée.

Les Assemblées Spéciales sont convoquées et délibèrent dans les mêmes conditions que l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Article 25 – Information sur la détention du capital social

Toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, elle cesse lorsque la part de capital détenue est égale ou supérieure à 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

Article 26 – Identification des détenteurs de titres

La société est en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge dont le montant maximum est fixé par arrêté du Ministre chargé de l'Economie, au depositaire central d'instruments financiers, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

La Société au vu de la liste transmise par l'organisme susmentionné, a la faculté de demander, soit par l'entremise de cet organisme, soit directement, aux personnes figurant sur cette liste et dont la Société estime qu'elles pourraient être inscrites pour compte de tiers les informations concernant les propriétaires des titres prévues ci-dessus.

Ces personnes sont tenues, lorsqu'elles ont la qualité d'intermédiaire, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres. L'information est fournie directement à l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, à charge pour ce dernier de la communiquer, selon le cas, à la société émettrice ou à l'organisme susmentionné.

Article 27 – Exercice social

Chaque exercice social a une durée d'une année qui commence le premier janvier et s'achève le trente et un décembre de chaque année.

Article 28 – Comptes annuels

Le Conseil d'Administration tient une comptabilité régulière des opérations sociales et dresse des comptes annuels conformément aux lois et usages du commerce.

Article 29 – Affectation des résultats et répartition des bénéfices

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire. Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent. Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Lorsqu'un bilan établi au cours ou à la fin de l'exercice et certifié conforme par le Commissaire aux Comptes fait apparaître que la société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite s'il y a lieu des pertes antérieures, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi ou des présents statuts, et prise en compte s'il y a lieu du report bénéficiaire antérieur, a réalisé un bénéfice, le Conseil d'Administration peut décider de distribuer des acomptes sur dividende avant l'approbation des comptes de l'exercice, ainsi que d'en fixer le montant et la date de répartition. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice défini au présent alinéa.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée Générale Ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Article 30 – Mise en paiement des dividendes

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice. Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales,
- la société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans un délai de dix ans à compter de la mise en paiement des dividendes.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

Article 31 – Dissolution anticipée

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut, à toute époque, prononcer la dissolution anticipée de la société.

Article 32 – Perte de la moitié du capital social

Si, du fait des pertes constatées dans les documents comptables, les capitaux propres de la société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, le Conseil d'Administration doit, dans les quatre mois de l'approbation des comptes ayant fait

apparaître cette perte, convoquer l'Assemblée Générale Extraordinaire à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée de la société.

Si la dissolution n'est pas prononcée, le capital doit, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue, et sous réserve des dispositions légales relatives au capital minimum des sociétés anonymes, être réduit d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pu être imputées sur les réserves, si dans ce délai les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

A défaut de réunion de l'Assemblée Générale, comme dans le cas où cette Assemblée n'a pu délibérer valablement, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la société.

Article 33 – Effets de la dissolution

La société est en liquidation dès l'instant de sa dissolution pour quelque cause que ce soit. Sa personnalité morale subsiste pour les besoins de cette liquidation jusqu'à la clôture de celle-ci. Pendant toute la durée de la liquidation, l'Assemblée Générale conserve les mêmes pouvoirs qu'au cours de l'existence de la société.

Les actions demeurent négociables jusqu'à la clôture de la liquidation.

La dissolution de la société ne produit ses effets à l'égard des tiers qu'à compter de la date à laquelle elle est publiée au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 34 – Nomination des liquidateurs – pouvoirs

A l'expiration de la durée de la société ou en cas de dissolution anticipée, l'Assemblée Générale règle le mode de liquidation et nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi. La nomination des liquidateurs met fin aux fonctions des Administrateurs et, s'il en existe, des Censeurs.

Article 35 – Liquidation – clôture

Après extinction du passif, le solde de l'actif est d'abord employé au paiement aux actionnaires du montant du capital versé sur leurs actions et non amorti.

Le surplus, s'il y a lieu, est réparti entre toutes les actions.

Les actionnaires sont convoqués en fin de liquidation pour statuer sur le compte définitif, sur le quitus de la gestion des liquidateurs et la décharge de leur mandat, et pour constater la clôture de la liquidation.

La clôture de la liquidation est publiée conformément à la loi.

Article 36 – Contestations

Tous litiges entre la société et l'un quelconque des actionnaires auxquels pourraient donner lieu les présents statuts ou qui en seraient la suite ou la conséquence seront de la compétence exclusive du Tribunal de Commerce de Paris.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.

LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL
BOURSE

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT

LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL

1. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

1.1 Rôle de la Société dans le Groupe

La Société LVMH assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales, et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance au management, en particulier en matière juridique, financière, fiscale ou dans le domaine des assurances.

La Société centralise les ressources de trésorerie et les besoins de financement de ses filiales françaises ainsi que de certaines filiales européennes.

Pour ces mêmes filiales, LVMH centralise également les couvertures de change, qu'elle répercute de façon symétrique sur le marché.

L'ensemble de ces prestations est rémunéré par des facturations aux filiales concernées, sur la base du prix de revient réel ou aux conditions normales de marché, selon la nature de la prestation.

Pour l'exercice 2004, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 83,7 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 116,6 et 66,8 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^{er} janvier 1923 pour une durée de 99 ans expirant le 31 décembre 2021, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires.

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^{er} 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, 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. Il peut être supprimé par décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

1.12 Franchissements de seuil (article 25 des statuts)

Indépendamment des obligations légales, les statuts disposent que toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte. Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002 a supprimé cette obligation lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la Société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

2.1 Règles statutaires relatives aux modifications du capital social

Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, 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^{er} mars 2005, 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, 219 723 922 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.3 Capital autorisé

Au 31 décembre 2004, le capital autorisé de la Société s'élevait à 601 888 057 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 14 698 122 actions au 31 décembre 2004. A cette date, il restait 11 950 647 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.

Elle a également 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-dessus.

Ces autorisations, consenties pour une durée de vingt-six mois, n'ont pas été utilisées à ce jour.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 12 mai 2005 de déléguer au Conseil d'Administration, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour :

- augmenter le capital social y compris par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital social ou donnant droit à un titre de créance, ces émissions pouvant être réalisées avec ou sans droit préférentiel de souscription ; en cas de souscription excédentaire à une augmentation de capital, le nombre de titres à émettre pourra être augmenté par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.
- augmenter le capital social au profit des salariés du Groupe adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise, dans la limite de 3 % du capital social.

et pour une durée de dix-huit mois de déléguer la compétence pour :

- augmenter le capital au profit de certaines catégories de personnes ; cette délégation permettra au Conseil d'Administration d'augmenter le capital au profit d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des Assurances ou son équivalent à l'étranger.

Il sera également proposé à l'Assemblée Générale du 12 mai 2005 :

- de déléguer au Conseil d'Administration, pour une durée de vingt-six mois, les pouvoirs pour augmenter le capital social en rémunération soit de titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange soit, dans la limite de 10 % du capital, d'apports en nature constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital.
- d'autoriser le Conseil d'Administration à procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit des salariés et dirigeants du Groupe. Valable pour une

durée de trente-huit mois, cette autorisation permettra au Conseil d'Administration de procéder à une ou plusieurs attributions gratuites dans la limite globale de 1 % du capital social.

Les attributions ne deviendront définitives qu'à l'issue d'un délai minimum de deux ans à compter de la décision du Conseil d'Administration, les attributaires devant ensuite garder leurs actions pendant une période minimum de deux ans.

Le montant nominal maximum des augmentations de capital visées ci-dessus, ne pourra dépasser un montant global de 30 millions d'euros.

• Autorisation de réduire le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 13 mai 2004 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 12 mai 2005 de renouveler cette autorisation pour une durée de vingt-quatre mois.

2.4 Autorisation de racheter des actions de la société

L'Assemblée Générale Mixte du 13 mai 2004 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 l'AMF a apposé le visa n° 04-290 en date du 19 avril 2004.

Elle est encadrée par les limites ci-après :

- le nombre de titres à acquérir dans ce cadre ne doit pas excéder 10 % des actions représentant le capital social au 1^{er} janvier 2004, 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.

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 2004 sont classées de la façon suivante dans les comptes sociaux de LVMH SA :

- 3 294 172 actions en valeurs mobilières de placement, pour un montant brut total de 186 millions d’euros,
- un montant nul en titre immobilisés,
- 17 148 615 actions affectées aux plans d’options d’achat, pour un montant brut total de 766 millions d’euros.

(Voir également : rapport du Conseil d’Administration à l’Assemblée Générale, opérations de la société sur ses propres actions.)

Il sera proposé à l’Assemblée Générale du 12 mai 2005 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^{er} janvier 2005, soit 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d’achat ne pourra excéder 100 euros ;
- la finalité des acquisitions pourra être la conservation, la cession, la remise ultérieure à titre d’échange ou de dation

en paiement, l’annulation des actions, l’animation du marché dans le cadre d’un contrat de liquidité conclu avec un prestataire de service d’investissement, l’attribution d’options d’achat d’actions, 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 2004.

2.8 Évolution du capital de la société au cours des cinq derniers exercices

| (en milliers d’euros) | | Variation du capital | | | Capital après opération | |
|----------------------------|---|----------------------|---------|--------|-------------------------|-------------------------|
| | | Nombre d’actions | Nominal | Primes | Montant | Nombre cumulé d’actions |
| Au 31 décembre 1999 | | — | — | — | 146 936 | 97 957 650 |
| 2000 | Levées d’options | 26 587 | 21 | 1 166 | 146 957 | 97 984 237 |
| | Division par cinq du nominal ⁽¹⁾ | 391 874 108 | — | — | — | 489 858 345 |
| 2001 | Levées d’options | 42 770 | 12 | 710 | 146 970 | 489 901 115 |
| 2002 | Levées d’options | 36 295 | 11 | 748 | 146 981 | 489 937 410 |
| 2003 | — | — | — | — | 146 981 | 489 937 410 |
| 2004 | — | — | — | — | 146 981 | 489 937 410 |
| Au 31 décembre 2004 | | | | | 146 981 | 489 937 410 |

(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 DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1 Actionnariat de la société

Au 1^{er} mars 2005, le capital était constitué de 489 937 410 actions ; compte tenu des titres auto-détenus, 469 624 543 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 219 723 922 d'un droit de vote double :

- 240 211 408 actions étaient sous forme nominative pure,
- 7 933 843 actions étaient sous forme nominative administrée,
- 241 792 159 actions étaient au porteur.

| Actionnaires | Nombre d'actions | Nombre de droits de vote | % du capital | % des droits de vote |
|--|--------------------|--------------------------|---------------|----------------------|
| Groupe Arnault ⁽¹⁾ | 232 819 190 | 440 934 905 | 47,52 | 63,97 |
| Autres actionnaires | 257 118 220 | 248 413 560 | 52,48 | 36,03 |
| Total au 1^{er} mars 2005 | 489 937 410 | 689 348 465 | 100,00 | 100,00 |

(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.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2004 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 250 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 1 000 actions, la Société compte environ 5 783 actionnaires.

A la connaissance de la Société :

- un actionnaire détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2004 ;
- il n'existe aucun autre actionnaire détenant directement, indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote ;
- il n'existe aucun pacte d'actionnaires portant sur au moins 0,5 % du capital ou des droits de vote ni aucune action de concert.

Au 31 décembre 2004, les dirigeants et membres du Conseil d'Administration détenaient directement et à titre personnel moins de 0,1 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 1^{er} mars 2005, la Société détenait 20 312 867 de ses propres actions dont 17 113 620 affectées à la couverture des plans d'options d'achat et le solde, soit 3 199 247 dans le cadre des programmes de rachat d'actions. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2004, 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, 32 915 actions de la Société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2004, la Société Générale et la Caisse des Dépôts et Consignations, la Caisse Nationale des Caisses d'Epargne et Ecureuil Gestion FCP 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 0,57 % du capital et 0,40 % des droits de vote. La Caisse des Dépôts et Consignations et certaines de ses filiales détenaient 1,72 % du capital et 1,23 % des droits de vote. La Caisse Nationale des Caisses d'Epargne et de Prévoyance et certaines de ses filiales détenaient 1 % du capital et 0,72 % des droits de vote. Enfin, Ecureuil Gestion FCP et certaines de ses filiales détenaient 1,97 % du capital et 1,42 % des droits de vote.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2004 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 250 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 1 000 actions, les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 85,63 % et 14,37 % 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 2004 et à ce jour.

3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

| Actionnaires | Au 31 décembre 2004 | | | Au 31 décembre 2003 | | | Au 31 décembre 2002 | | |
|------------------------------------|---------------------|--------------|----------------------|---------------------|--------------|----------------------|---------------------|--------------|----------------------|
| | Nombre d'actions | % du capital | % des droits de vote | Nombre d'actions | % du capital | % des droits de vote | Nombre d'actions | % du capital | % des droits de vote |
| Groupe Arnault ⁽¹⁾ | 232 819 190 | 47,52 | 63,94 | 233 004 690 | 47,56 | 63,24 | 233 717 690 | 47,70 | 64,42 |
| dont : | | | | | | | | | |
| – Financière Jean Goujon | 207 821 325 | 42,42 | 60,27 | 207 821 325 | 42,42 | 59,52 | 207 821 325 | 42,42 | 58,71 |
| – Financière Agache ⁽²⁾ | 8 021 810 | 1,64 | 2,33 | 8 021 810 | 1,64 | 2,34 | 24 498 685 | 5,00 | 5,44 |
| Auto-détention | 20 442 787 | 4,17 | – | 19 578 292 | 4,00 | – | 21 253 009 | 4,34 | – |
| Auto-contrôle | – | – | – | – | – | – | 2 870 000 | 0,59 | – |
| Public au nominatif | 5 027 363 | 1,03 | 1,29 | 6 333 419 | 1,29 | 1,79 | 15 600 783 | 3,18 | 4,37 |
| Public au porteur | 231 648 070 | 47,28 | 34,77 | 231 021 009 | 47,15 | 34,97 | 216 495 928 | 44,19 | 31,21 |
| Total | 489 937 410 | 100,00 | 100,00 | 489 937 410 | 100,00 | 100,00 | 489 937 410 | 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 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 2004 ce nantissement portait sur 6 100 000 actions, soit 1,25 % du capital.

3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la société

Au 1^{er} mars 2005, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société représentant 42,42 % du capital et 60,30 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 1^{er} mars 2005, 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 Groupe Arnault SAS, par la famille Arnault comprenant Monsieur Bernard Arnault et son père, Monsieur Jean Arnault.

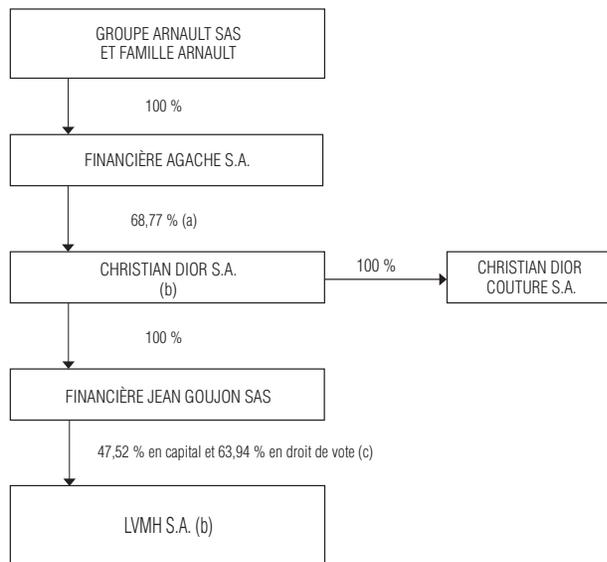
Monsieur Bernard Arnault est le Président et Directeur Général de la Société et Monsieur Jean Arnault est membre du Conseil d'Administration de la Société.

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 novembre 2002, la société Groupe Arnault SA a été transformée en société par actions simplifiée ;
- en décembre 2002, la société Financière Agache a apporté sa participation de contrôle dans Christian Dior SA à sa filiale à 100 % Semyrhamis ;
- en décembre 2004, la société Montaigne Participations et Gestion a été absorbée par la société Groupe Arnault SAS.

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ AU 31 DÉCEMBRE 2004



(a) Participation directe et/ou indirecte.

(b) Société cotée au 1^{er} marché.

(c) Participation globale du groupe Arnault, Financière Jean Goujon détenant en direct 42,42 %.

4. BOURSE

4.1 Marché de l'action LVMH

Les actions de la société sont cotées sur l'Eurolist d'Euronext Paris (code ISIN FR0000121014) et sont éligibles au SRD (service de règlement différé d'Euronext Paris). Les actions LVMH servent de sous-jacent à des options négociables sur le Monep à Paris.

LVMH 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 27,6 milliards d'euros ce qui place LVMH au neuvième rang du CAC 40.

401 309 692 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2004 pour un montant total de 22,9 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 549 458 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) |
|------|-----------|---|---|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| 2003 | 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 |
| | AVRIL | 60,10 | 58,80 | 61,90 | 58,60 | 35 213 352 | 2,13 |
| | MAI | 58,40 | 58,70 | 59,90 | 54,70 | 37 867 807 | 2,18 |
| | JUIN | 58,70 | 59,45 | 60,30 | 59,95 | 31 719 622 | 1,86 |
| | JUILLET | 59,65 | 56,70 | 60,40 | 55,35 | 25 520 079 | 1,47 |
| | AOÛT | 56,15 | 52,60 | 56,80 | 49,90 | 35 904 037 | 1,90 |
| | SEPTEMBRE | 53,30 | 53,75 | 56,75 | 52,90 | 30 401 966 | 1,66 |
| | OCTOBRE | 54,05 | 53,70 | 57,70 | 52,30 | 30 213 908 | 1,66 |
| | NOVEMBRE | 53,60 | 53,50 | 57,30 | 53,30 | 30 394 002 | 1,68 |
| | DÉCEMBRE | 53,60 | 56,35 | 56,55 | 52,20 | 39 015 739 | 2,12 |
| 2005 | JANVIER | 56,30 | 53,30 | 57,25 | 53,10 | 32 530 432 | 1,77 |
| | FÉVRIER | 53,10 | 55,95 | 57,75 | 52,95 | 30 060 073 | 1,67 |

4.2. Programme de rachat d'actions

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par l'Assemblée Générale du 13 mai 2004 et visé par l'AMF en date du 19 avril 2004 sous le numéro 04-290, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2004, les achats par LVMH SA, nets des cessions, ont représenté 3 042 747 de ses propres actions, soit 0,6 % de son capital.

4.3 Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton non échues au 31 décembre 2004, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse.

4.3.1 Obligations cotées à Paris et à Luxembourg

| Devise | Nominal émis | Émission | Maturité | Taux d'intérêt |
|--------|---------------|----------|----------|----------------|
| EUR | 750 000 000 | 2003 | 2010 | 5,0% |
| EUR | 500 000 000 | 2001 | 2008 | 6,125% |
| EUR | 600 000 000 | 2000 | 2005 | 5,75% |
| EUR | 800 000 000 | 1999 | 2006 | 5,0% |
| FRF | 1 300 000 761 | 1998 | 2005 | indexée |

4.3.2 Obligations cotées à Luxembourg

| Devise | Nominal émis | Émission | Maturité | Taux d'intérêt |
|--------|---------------|----------|----------|----------------|
| EUR | 600 000 000 | 2004 | 2011 | 0,4625% |
| CZK | 770 000 000 | 2004 | 2009 | variable |
| EUR | 100 000 000 | 2004 | 2007 | variable |
| EUR | 100 000 000 | 2004 | 2007 | variable |
| JPY | 2 000 000 000 | 2004 | 2005 | 0,13% |
| JPY | 1 000 000 000 | 2004 | 2005 | 0,16% |
| JPY | 1 000 000 000 | 2004 | 2005 | 0,18% |
| JPY | 3 000 000 000 | 2004 | 2005 | 0,18% |
| JPY | 1 000 000 000 | 2004 | 2005 | 0,17% |
| JPY | 4 900 000 000 | 2004 | 2005 | 0,15% |
| HKD | 200 000 000 | 2003 | 2006 | variable |
| JPY | 1 000 000 000 | 2003 | 2006 | 0,475% |
| USD | 20 000 000 | 2003 | 2005 | variable |
| JPY | 1 100 000 000 | 2001 | 2006 | variable |
| EUR | 55 000 000 | 2001 | 2006 | variable |
| JPY | 1 000 000 000 | 2001 | 2006 | variable |
| JPY | 1 500 000 000 | 2001 | 2006 | 0,95% |
| EUR | 30 000 000 | 2000 | 2005 | variable |

4.3.3 Obligations cotées à Singapour

| Devise | Encours (en devises) | Émission | Maturité | Taux d'intérêt |
|--------|----------------------|----------|----------|----------------|
| SGD | 125 000 000 | 2001 | 2006 | 4% |

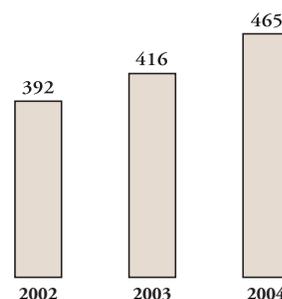
4.4 Dividende

Il est proposé de distribuer aux 489 937 410 actions composant le capital social un dividende de 0,95 euro par action au titre de l'exercice 2004, ce qui correspond à une hausse de 11,8 % par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2003.

La distribution totale de LVMH s'élèvera ainsi à 465 millions d'euros au titre de l'exercice 2004, compte non tenu des actions auto détenues. La distribution au titre de l'exercice 2003 avait représenté un montant de 416 millions d'euros.

DIVIDENDE MIS EN DISTRIBUTION

(en millions d'euros)



Historique des dividendes par action versés au titre des exercices 2000 à 2004⁽¹⁾:

| Année | Dividende net (EUR) |
|----------|---------------------|
| 2004 (*) | 0,95 |
| 2003 | 0,85 |
| 2002 | 0,80 |
| 2001 | 0,75 |
| 2000 | 0,75 |

(1) Chiffres ajustés pour tenir compte de la division par cinq du nominal du 3 juillet 2000.

(*) Proposition soumise à l'Assemblée Générale du 12 mai 2005.

La société a une politique constante de distribution de dividende, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'Etat.

4.5 Évolution du capital social

Le nombre d'actions est resté inchangé au cours de l'exercice et s'élève à 489 937 410 actions.

4.6 Performance par action

| (en euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|
| Résultat net dilué | 2,06 | 1,48 | 1,14 |
| Résultat net courant | 2,64 | 2,09 | 1,67 |
| Dividende net | 0,95 | 0,85 | 0,80 |
| Progression / année précédente (en %) | 11,8 | 6,3 | 6,7 |
| Cours le plus haut | 63,45 | 61,55 | 61,60 |
| Cours le plus bas | 49,90 | 33,97 | 31,61 |
| Cours au 31 décembre | 56,35 | 57,70 | 39,15 |
| Progression / année précédente (en %) | (2) | 47 | (14) |

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.
RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

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 2004 ont été établis conformément aux règles légales françaises, et selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent.

1.1 Commentaires sur le bilan

1.1.1 *Évolution du portefeuille de titres de participation*

La valeur brute du portefeuille de participations est restée stable à 10,1 milliards d'euros ; à l'exception de l'augmentation de capital de LVMH Finance pour 150 millions d'euros, aucun mouvement significatif d'acquisition, souscription ou de cession n'a eu lieu sur l'exercice.

1.1.2 *Structure financière*

Au-delà de son activité de portefeuille, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes ainsi que leurs besoins de financement, et gère le risque de taux sur la dette financière : les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre sont essentiellement le reflet de la variation de ces 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 2004, 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 1,4 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 0,9 milliard d'euros.

LVMH a notamment procédé à une émission obligataire publique à 7 ans d'un montant nominal de 600 millions

d'euros au coupon de 4,625 % ; 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 225 millions d'euros, via les emprunts aux caractéristiques suivantes :

- un emprunt de 100 millions d'euros, émis au pair, à taux variable plus marge, remboursable en février 2007 ;
- un emprunt de 100 millions d'euros, émis au pair, à taux variable plus marge, remboursable en novembre 2007 ;
- un emprunt de 770 millions de couronnes tchèques, émis au pair, à taux variable Pribor couronne tchèque plus marge, remboursable en 2009.

La réduction de la dette de la société en 2004 a porté sur la dette financière long terme comme sur la dette financière court terme.

L'encours des émissions de billets de trésorerie n'a que faiblement évolué, augmentant de 68 millions d'euros au cours de l'année.

1.1.3 *Opérations de couverture*

Dans le contexte de ses activités pour compte propre, la société LVMH utilise de façon régulière des instruments financiers. Cette pratique répond aux besoins de couverture du risque de change ou de taux sur ses actifs ou passifs financiers, y compris les flux de dividendes à recevoir de participations étrangères ; chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts.

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés exceptionnellement des instruments ayant nature de couverture de change en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques.

Enfin, dans le cadre de la centralisation des opérations de couverture de change, LVMH répercute strictement sur le marché les opérations faites avec ses filiales françaises, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance ; il ne résulte donc de cette centralisation aucune position de change. Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation internationale, et dans un souci de diversification.

1.1.4 *Capital social*

Le capital social est resté 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 | |
|----------------------------|---------------------------------|-----------------|-------------|-------------------|--------------------|-----|
| | Nombre | Plans d'options | | Programme d'achat | | EUR |
| | | EUR | Nombre | EUR | | |
| Au 1 ^{er} janvier | 19 433 292 | 821 641 | 145 000 | 8 208 | – | |
| Achats | – | – | 6 417 590 | 373 597 | – | |
| Cessions | – | – | (3 374 843) | (200 806) | – | |
| Transferts | (106 425) | (4 572) | 106 425 | 4 572 | – | |
| Levées d'options | (2 178 252) | (51 299) | – | – | – | |
| Au 31 décembre | 17 148 615 | 765 770 | 3 294 172 | 185 571 | – | |

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°04-290 de l'Autorité des Marchés Financiers le 19 avril 2004, et autorisé par l'Assemblée Générale des Actionnaires le 13 mai 2004.

Les cours moyens d'achat et de cession de titres, dans le cadre des opérations de régularisation de cours, ont été de 58 euros. Au 31 décembre 2004, les actions LVMH auto détenues représentent 0,67 % du capital social (4,17 % si l'on inclut les actions affectées aux plans d'options d'achat).

Les opérations ci-dessus ont représenté un montant de frais de 466 000 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 baisse par rapport à ceux de l'exercice précédent, compte tenu d'un acompte sur dividende perçu fin 2003.

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 277 millions d'euros.

Le résultat exceptionnel reflète principalement les reprises de provisions pour dépréciations de certaines participations dont la situation financière s'est améliorée.

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 quinquiés du Code Général des Impôts.

2. AFFECTATION DU RÉSULTAT DE L'EXERCICE

Au 31 décembre 2004, une somme de 4 987 500 euros a été prélevée sur le report à nouveau, en application des dispositions de l'article 39 de la Loi de Finances rectificative pour 2004 et de l'avis n° 2005-A du Conseil National de la Comptabilité, somme correspondant à la taxe exceptionnelle de 2,5 % sur la réserve spéciale des plus-values à long terme.

Le montant du report à nouveau créditeur, après prélèvement de cette taxe a été réduit en conséquence à 927 138 052,53 euros.

En outre, conformément à l'article 39 de la loi susvisée, un montant de 200 000 000 euros sera prélevé sur la réserve spéciale des plus-values à long terme pour être viré à un poste de réserve ordinaire. Corrélativement, une somme de 4 987 500 euros, du montant de la taxe exceptionnelle de 2,5 % sera prélevée sur cette réserve afin de reconstituer le solde du report à nouveau ainsi porté à 932 125 552,53 euros.

Après prise en compte de ce qui précède, la proposition d'affectation du montant distribuable de l'exercice est la suivante :

| | Euros |
|--|-------------------------|
| • Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2004 | 1 011 081 163,78 |
| Dotations à la réserve légale | – |
| Report à nouveau tel que précisé ci-dessus | 932 125 552,53 |
| Montant total distribuable | 1 943 206 716,31 |
| • Proposition d'affectation : | |
| – réserve des plus-values à long terme | Néant |
| – dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action | 7 349 061,15 |
| – dividende complémentaire de 0,935 euro par action | 458 091 478,35 |
| – précompte | 3 061 369,00 |
| – report à nouveau | 1 474 704 807,81 |
| | 1 943 206 716,31 |

Si cette affectation est retenue, le dividende net ressortira à 0,95 euro par action.

Un acompte sur dividende de 0,25 euro par action ouvrant droit à un avoir fiscal de 0,125 euro ayant été distribué le 2 décembre 2004, le solde est de 0,70 euro ; ce solde sera mis en paiement le

18 mai 2005. Pour les personnes physiques, ce montant sera retenu, dans l'assiette de l'impôt sur le revenu, à raison de la moitié de son montant.

Dans le cas où, lors de la mise en paiement de ce solde, la Société détiendrait dans le cadre des autorisations données une partie de ses propres actions, le montant correspondant aux dividendes non versés, en raison de cette détention, serait affecté au compte report à nouveau.

Conformément à la loi, nous vous rappelons le montant du dividende par action versé au cours des trois derniers exercices :

| Exercice | Nombre d'actions composant le capital | Dividende net | (en euro) | |
|--------------|---|------------------|--------------|--------------|
| | | | Avoir fiscal | Total |
| 2003 | | | | |
| Acompte | 489 937 410 | 0,22 | 0,11 | 0,33 |
| Solde | 489 937 410 | 0,63 | 0,315 | 0,945 |
| Total | | 0,85 | 0,425 | 1,275 |
| 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 | 0,265 | 0,795 |
| Total | | 0,75 | 0,375 | 1,125 |

3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D’OPTIONS

3.1 Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2004, le groupe Arnault détenait directement ou indirectement 47,52 % du capital, contre 47,56 % au 31 décembre 2003 et 63,94 % des droits de vote, contre 63,24 % au 31 décembre 2003.

3.2 Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2004, les membres du Conseil d’Administration et du Comité Exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,1 % du capital social.

3.3 Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2004, 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 32 915 actions de la société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

3.4 Plans d’options de souscription ou d’achat d’actions mis en place par la société LVMH

Les bénéficiaires des plans d’options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé.

Quinze plans d’options d’achat et un plan d’options de souscription étaient ouverts au 31 janvier 2005 ; le prix d’exercice des options est égal à 95 % du cours 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 et les options de souscription après un délai de quatre ans.

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 ⁽¹⁾ | | | Prix d’exercice (euros) | Nombre d’options levées en 2004 ⁽²⁾ | Nombre d’options non exercées ⁽²⁾ | |
|--------------------------|-------------------------|--|--------------------------|----------------------------|-------------------------|--|--|---------------|
| | | Total | dont mandataires sociaux | dont dix premiers salariés | | | au 31.12.2004 | au 31.01.2005 |
| 22.03.1995 | 395 | 256 903 | 96 000 | 57 500 | 20,89 | 16 817 | 400 703 | 397 733 |

- Au titre de l’autorisation donnée par l’Assemblée du 8 juin 1995

| Date d’ouverture du plan | Nombre de bénéficiaires | Nombre d’options attribuées ⁽¹⁾ | | | Prix d’exercice (euros) | Nombre d’options levées en 2004 ⁽²⁾ | Nombre d’options non exercées ⁽²⁾ | |
|--------------------------|-------------------------|--|--------------------------|----------------------------|-------------------------|--|--|---------------|
| | | Total | dont mandataires sociaux | dont dix premiers salariés | | | au 31.12.2004 | au 31.01.2005 |
| 30.05.1996 | 297 | 233 199 | 105 000 | 46 500 | 34,15 | 80 995 | 633 940 | 626 915 |
| 29.05.1997 | 319 | 233 040 | 97 500 | 46 000 | 37,50 | 228 130 | 800 610 | 799 400 |
| 29.01.1998 | 346 | 269 130 | 97 500 | 65 500 | 25,92 | 163 205 | 851 110 | 850 300 |
| 16.03.1998 | 4 | 15 800 | – | 15 800 | 31,25 | – | 70 400 | 70 400 |
| 20.01.1999 | 364 | 320 059 | 97 000 | 99 000 | 32,10 | 82 770 | 1 574 165 | 1 514 240 |
| 16.09.1999 | 9 | 44 000 | 5 000 | 39 000 | 54,65 | 10 000 | 210 000 | 210 000 |
| 19.01.2000 | 552 | 376 110 | 122 500 | 81 000 | 80,10 | – | 1 872 800 | 1 872 800 |

(1) et (2) Voir tableau suivant

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 17 mai 2000

| Date d'ouverture du plan | Nombre de bénéficiaires | Nombre d'options attribuées | | | Prix d'exercice (euros) | Nombre d'options levées en 2004 ⁽²⁾ | Nombre d'options non exercées | |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------|---------------|
| | | Total | dont mandataires sociaux | dont dix premiers salariés | | | au 31.12.2004 | au 31.01.2005 |
| 23.01.2001 | 786 | 2 649 075 | 987 500 | 445 000 | 65,12 | – | 2 586 975 | 2 586 975 |
| 06.03.2001 | 1 | 40 000 | – | 40 000 | 63,53 | – | 40 000 | 40 000 |
| 14.05.2001 | 44 669 | 1 105 877 ⁽³⁾ | – | – | 66,00 | – | 1 105 877 | 1 105 877 |
| 14.05.2001 | 4 | 552 500 | 450 000 | 102 500 | 61,77 | – | 552 500 | 552 500 |
| 12.09.2001 | 1 | 50 000 | – | 50 000 | 52,48 | – | 50 000 | 50 000 |
| 22.01.2002 | 993 | 3 284 100 | 1 215 000 | 505 000 | 43,30 ⁽⁴⁾ ⁽⁵⁾ | 13 000 | 3 227 650 | 3 226 400 |
| 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 ⁽⁴⁾ | 11 700 | 3 163 325 | 3 163 325 |

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan, non retraité des ajustements liés à l'attribution gratuite de juin 1999, et à la division du nominal par cinq de juillet 2000.

(2) Ajusté du fait des opérations visées au (1).

(3) 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.

(5) Le prix d'exercice au profit des résidents américains du plan ouvert le 22 janvier 2002 est de EUR 43,86.

3.4.2 Plan d'options de souscription

- Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 15 mai 2003

| Date d'ouverture du plan | Nombre de bénéficiaires | Nombre d'options attribuées | | | Prix d'exercice (euros) | Nombre d'options levées en 2004 | Nombre d'options non exercées | |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------|
| | | Total | dont mandataires sociaux | dont dix premiers salariés | | | au 31.12.2004 | au 31.01.2005 |
| 21.01.2004 | 906 | 2 747 475 | 972 500 | 457 500 | 55,70 ⁽¹⁾ | – | 2 747 475 | 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 | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Options en circulation au 1^{er} janvier | 19 433 292 | 16 702 409 | 13 725 832 |
| Options consenties | – | 3 213 725 | 3 292 660 |
| Options levées | (2 178 252) | (477 347) | (260 923) |
| Options caduques | (106 425) | (5 495) | (55 160) |
| Options en circulation au 31 décembre | 17 148 615 | 19 433 292 | 16 702 409 |

- Mouvements sur le plan d'options de souscription

| | |
|---|------------------|
| Nombre d'options | 2004 |
| Options en circulation au 1^{er} janvier | – |
| Options consenties | 2 747 475 |
| Options levées | – |
| Options caduques | – |
| Options en circulation au 31 décembre | 2 747 475 |

3.4.4 Options attribuées et levées par les mandataires sociaux et les dix premiers salariés du Groupe

- Options attribuées durant l'exercice aux mandataires sociaux de la société

| Bénéficiaires | Société ayant attribué les options | Date du plan | Nombre d'options | Prix d'exercice (euros) | Date d'échéance du plan |
|------------------|------------------------------------|--------------|------------------|-------------------------|-------------------------|
| Bernard Arnault | LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton | 21.01.2004 | 450 000 | 55,70 | 20.01.2014 |
| Delphine Arnault | " | 21.01.2004 | 10 000 | 55,70 | 20.01.2014 |
| Nicolas Bazire | " | 21.01.2004 | 150 000 | 55,70 | 20.01.2014 |
| Antonio Belloni | " | 21.01.2004 | 150 000 | 55,70 | 20.01.2014 |
| Pierre Godé | " | 21.01.2004 | 150 000 | 55,70 | 20.01.2014 |
| Gilles Hennessy | " | 21.01.2004 | 20 000 | 55,70 | 20.01.2014 |
| Patrick Houël | " | 21.01.2004 | 42 500 | 55,70 | 20.01.2014 |

- Options levées durant l'exercice par les mandataires sociaux de la société

| Bénéficiaires | Date du plan | Nombre total d'options | Prix d'exercice (euros) |
|-----------------|--------------|------------------------|-------------------------|
| Bernard Arnault | 16.03.1994 | 1 525 000 | 17,84 |
| Pierre Godé | 29.05.1997 | 110 000 | 37,50 |
| " | 29.01.1998 | 63 000 | 25,92 |
| Gilles Hennessy | 16.03.1994 | 7 565 | 17,84 |
| Patrick Houël | 30.05.1996 | 8 500 | 34,15 |
| " | 29.05.1997 | 10 000 | 37,50 |
| " | 29.01.1998 | 14 500 | 25,92 |

- 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 | 21.01.2004 | 457 500 | 55,70 |

- Options levées durant l'exercice par les dix salariés du Groupe non mandataires sociaux, ayant exercé le plus grand nombre d'options

| Société ayant attribué les options | Date du plan | Nombre total d'options | Prix d'exercice (euros) |
|------------------------------------|--------------|------------------------|-------------------------|
| LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton | 22.03.1995 | 1 375 | 20,89 |
| " | 30.05.1996 | 41 875 | 34,15 |
| " | 29.05.1997 | 82 335 | 37,50 |
| " | 29.01.1998 | 49 435 | 25,92 |
| " | 20.01.1999 | 16 610 | 32,10 |
| " | 16.09.1999 | 10 000 | 54,65 |

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 13 mai 2004 a autorisé le Conseil d'Administration à acquérir des actions de la Société et a fixé à 10 % du capital social le nombre maximum de titres pouvant être acquis, et à 100 euros par action le prix maximum unitaire d'achat.

Dans le cadre de la présente Assemblée, il vous est demandé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois, la finalité des acquisitions d'actions pouvant être notamment leur conservation, leur cession, leur remise ultérieure à titre d'échange ou de dation en paiement, leur annulation, l'animation du marché dans le cadre d'un contrat de liquidité conclu avec un prestataire de service d'investissement, leur annulation, 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 par action serait de 100 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 13 mai 2004 a autorisé le Conseil d'Administration, s'il considère que cela est dans l'intérêt de l'ensemble des actionnaires, à réduire le capital de la Société par annulation des actions qui auront été acquises dans le cadre des programmes de rachat d'actions.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de vingt-quatre mois.

4.3 Autorisations d'augmenter le capital social

- Afin de permettre à la Société de procéder à des augmentations de capital par attribution gratuite d'actions, mais également, le cas échéant, de faire appel au marché, en France ou à l'étranger, en vue d'assurer ses besoins de financement liés au développement du Groupe, il vous est proposé de déléguer au Conseil d'Administration, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour augmenter le capital social, y compris par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital social ou donnant droit à un titre de créance.

Comme il est d'usage pour permettre la réalisation d'opérations par appel public à l'épargne, il vous est demandé d'autoriser le Conseil d'Administration à procéder à des émissions, soit avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, soit avec suppression de ce droit mais en accordant éventuellement un droit de priorité aux actionnaires si les émissions ont lieu sur le marché français.

En cas d'émission sans droit préférentiel de souscription, le prix d'émission des actions devra être au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission.

En cas de souscription excédentaire à une augmentation de capital, le nombre de titres à émettre pourra être augmenté par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

- Il vous est également proposé de déléguer au Conseil d'Administration :
 - pendant une durée de vingt-six mois, les pouvoirs pour augmenter le capital social par émission d'actions destinées à rémunérer, soit des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange soit, dans la limite de 10 % du capital, des apports en nature constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
 - pendant une durée de dix-huit mois, la compétence pour augmenter le capital social par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital ou donnant droit à un titre de créance, en faveur d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des Assurances ou son équivalent à l'étranger dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilantielle de la Société. En cas d'utilisation de cette délégation, le prix d'émission des actions devra être au moins égal à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de Bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 %.

4.4 Actionnariat salarié

- En application de l'article L. 225-129-6 du Code de Commerce, il vous est proposé de déléguer au Conseil d'Administration la compétence d'augmenter le capital social au profit des salariés du Groupe adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise et de supprimer à cet effet votre droit préférentiel de souscription au profit de cette catégorie de personnes. Le prix d'émission des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L.443-5 alinéa 3 du Code du Travail. D'une durée de vingt-six mois, cette délégation permettra au Conseil d'Administration, d'augmenter le capital social, en une ou plusieurs fois, dans la limite de 3 % du capital social.
- Il vous est également proposé d'autoriser le Conseil d'Administration à procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit des salariés et dirigeants du Groupe. Valable pour une durée de trente-huit mois, cette autorisation permettra au Conseil d'Administration de procéder à une ou plusieurs attributions gratuites dans la limite globale de 1 % du capital social. Les attributions ne deviendront définitives qu'à l'issue d'un délai minimal de deux ans à compter de la décision du Conseil d'Administration, les attributaires devant ensuite garder leurs actions pendant une période minimale de deux ans.

Le Conseil d'Administration informera chaque année les actionnaires lors de l'Assemblée Générale annuelle des opérations réalisées dans le cadre de cette autorisation.

Le montant nominal maximum des augmentations de capital visées aux points 4.3. et 4.4. ne pourra dépasser un montant global de 30 millions d'euros.

5. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

5.1 Composition du Conseil d'Administration

Il vous est proposé de renouveler les mandats d'Administrateur de Messieurs Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Diego Della Valle, Jacques Friedman et Gilles Hennessy qui arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée.

5.2 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.

5.3 Rémunérations et avantages en nature des mandataires sociaux ⁽¹⁾

| (en euros) Noms | Rémunération fixe ⁽²⁾ | | Rémunération variable ⁽²⁾ | | Jetons de présence | |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------|--------------------------------------|-----------|--------------------|---------|
| | 2004 | 2003 | 2004 | 2003 | 2004 | 2003 |
| Bernard Arnault ⁽⁴⁾ | 861 475 | 881 792 | 986 290 | 936 976 | 113 502 | 111 719 |
| Delphine Arnault ⁽⁴⁾ | 41 424 | 58 355 | – | – | 55 000 | 14 050 |
| Jean Arnault | – | – | – | – | 49 397 | 46 546 |
| Nicolas Bazire ^{(3) (4)} | 609 034 | 609 034 | 813 689 | 739 718 | 54 531 | 49 775 |
| Antonio Belloni ^{(3) (4)} | 1 370 384 | 1 293 127 | 889 347 | 835 206 | 72 000 | 61 901 |
| Antoine Bernheim | – | – | – | – | 167 028 | 135 713 |
| Nicholas Clive-Worms | – | – | – | – | 67 500 | 63 225 |
| Diego Della Valle | – | – | – | – | 45 000 | 42 150 |
| Albert Frère | – | – | – | – | 67 500 | 63 225 |
| Jacques Friedmann | – | – | – | – | 54 531 | 35 125 |
| Pierre Godé ^{(3) (4)} | 951 300 | 345 906 | 1 553 407 | 1 955 320 | 92 788 | 66 548 |
| Gilles Hennessy ^{(3) (4)} | 182 791 | 163 858 | 86 715 | 78 903 | 67 500 | 63 225 |
| Patrick Houël ^{(3) (4)} | 170 774 | – | 99 680 | – | 47 739 | – |
| Arnaud Lagardère | – | – | – | – | 45 000 | 28 100 |
| Lord Powell of Bayswater | 148 976 | 146 154 | – | – | 45 000 | 42 150 |
| Félix G. Rohatyn | 119 022 | 130 865 | – | – | 45 000 | 42 150 |
| Hubert Védrine | – | – | – | – | 30 000 | – |

(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) 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.

(3) Avantage en nature : voiture de fonction.

(4) Le détail des titres de capital attribués aux membres du Conseil d'Administration au cours de l'exercice figure au paragraphe 3.4.4.

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.

7. INFORMATIONS RELATIVES AUX AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL

Ces informations figurent dans la partie « Renseignements de caractère général concernant le capital » au point 2.3 du Document de Référence.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.

BILAN AU 31 DÉCEMBRE 2004

ACTIF

| (en milliers d'euros) | Notes | 2004 | | | 2003 | 2002 |
|--|-------|-------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | Brut | Amortissements Provisions | Net | Net | Net |
| ACTIF IMMOBILISÉ | | | | | | |
| Immobilisations incorporelles | | | | | | |
| Frais d'établissement | | – | – | – | – | – |
| Autres immobilisations incorporelles | | – | – | – | – | – |
| Immobilisations corporelles | | | | | | |
| Vignobles et autres terrains | 9 | 25 597 | – | 25 597 | 25 597 | 25 597 |
| Constructions | | – | – | 0 | 701 | 890 |
| Installations techniques, matériels | | 17 | (17) | 0 | 420 | 480 |
| Autres immobilisations corporelles | | 8 305 | (702) | 7 603 | 2 561 | 4 627 |
| Avances et acomptes | | – | – | – | – | – |
| Immobilisations financières | | | | | | |
| Participations | 10 | 10 077 211 | (2 976 964) | 7 100 247 | 6 908 558 | 7 339 968 |
| Créances rattachées à des participations | 11 | 4 729 987 | – | 4 729 987 | 4 968 980 | 5 217 196 |
| Autres titres immobilisés | | 56 139 | (9 633) | 46 506 | 56 139 | 9 |
| Prêts | | 651 | (100) | 551 | 479 | 380 |
| Actions LVMH | 13 | – | – | – | – | – |
| Autres immobilisations financières | | 333 | – | 333 | 333 | 311 |
| | | 14 898 240 | (2 987 416) | 11 910 824 | 11 963 767 | 12 589 458 |
| ACTIF CIRCULANT | | | | | | |
| Avances et acomptes versés | | – | – | – | – | – |
| Clients | | – | – | – | – | – |
| Autres créances | 12 | 843 184 | (4 239) | 838 945 | 851 666 | 1 032 705 |
| Actions LVMH | 13 | 951 339 | (22 008) | 929 331 | 828 421 | 806 308 |
| Valeurs mobilières de placement | 13 | 356 987 | – | 356 987 | 149 651 | 218 022 |
| Disponibilités | | 79 282 | – | 79 282 | 104 198 | 121 823 |
| COMPTES DE RÉGULARISATION | | | | | | |
| Charges constatées d'avance | 14 | 711 | – | 711 | 1 144 | 5 452 |
| | | 2 231 503 | (26 247) | 2 205 256 | 1 935 080 | 2 184 310 |
| Charges à répartir sur plusieurs exercices | | – | – | – | – | – |
| Primes de remboursement des obligations | | 7 610 | – | 7 610 | 8 334 | 12 111 |
| Écarts de conversion actif | 15 | 282 | – | 282 | – | – |
| TOTAL ACTIF | | 17 137 634 | (3 013 663) | 14 123 971 | 13 907 181 | 14 785 879 |

PASSIF

| (en milliers d'euros) | Notes | 2004 | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|-------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | Après affectation | Avant affectation | Avant affectation | Avant affectation |
| CAPITAUX PROPRES | | | | | |
| Capital social (dont versé : EUR 146 981) | 16 | 146 981 | 146 981 | 146 981 | 146 981 |
| Primes d'émission, de fusion et d'apport | 16 | 1 736 276 | 1 736 276 | 1 736 276 | 1 736 276 |
| Écarts de réévaluation | 17 | 41 579 | 41 579 | 42 558 | 42 558 |
| Réserve légale | | 14 698 | 14 698 | 14 698 | 14 697 |
| Réserves réglementées | 18 | 531 293 | 531 293 | 531 293 | 531 293 |
| Report à nouveau | | 1 469 717 | 927 138 | 557 532 | 907 570 |
| Acompte sur dividendes | | – | (122 484) | (103 433) | (103 109) |
| Résultat de l'exercice | | – | 1 011 082 | 768 370 | 23 813 |
| Provisions réglementées | | 147 | 147 | 147 | 147 |
| | | 3 940 692 | 4 286 710 | 3 694 422 | 3 300 226 |
| PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES | | | | | |
| | 19 | | | | |
| Provisions pour risques | | 306 135 | 306 135 | 375 051 | 192 326 |
| Provisions pour charges | | 6 376 | 6 376 | 6 376 | 4 832 |
| | | 312 511 | 312 511 | 381 427 | 197 158 |
| AUTRES PASSIFS | | | | | |
| | 20 | | | | |
| Titres à Durée Indéterminée (TDI) | | 563 490 | 563 490 | 573 934 | 584 797 |
| Emprunts obligataires convertibles | | – | – | – | – |
| Autres emprunts obligataires | | 4 055 195 | 4 055 195 | 4 082 798 | 3 552 011 |
| Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit | | 341 105 | 341 105 | 545 010 | 590 487 |
| Emprunts et dettes financières divers | | 4 222 262 | 4 222 262 | 4 280 069 | 6 151 114 |
| Dettes fournisseurs et comptes rattachés | | 21 506 | 21 506 | 39 498 | 28 182 |
| Dettes fiscales et sociales | | 23 426 | 20 365 | 35 752 | 43 321 |
| Autres dettes | | 642 795 | 299 838 | 272 908 | 321 358 |
| COMPTES DE RÉGULARISATION | | | | | |
| Produits constatés d'avance | | 989 | 989 | 1 363 | 1 906 |
| | | 9 870 768 | 9 524 751 | 9 831 332 | 11 273 176 |
| Écarts de conversion passif | 15 | – | – | – | 15 319 |
| TOTAL PASSIF | | 14 123 971 | 14 123 971 | 13 907 181 | 14 785 879 |

LVMH MOÛT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.

COMPTE DE RÉSULTAT - EXERCICE 2004

| (en milliers d'euros) | Notes | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|----------|------------------|------------------|------------------|
| Produits financiers de participations | | 830 499 | 1 230 441 | 890 432 |
| Prestations de services, autres revenus | | 130 320 | 119 096 | 129 373 |
| Produits financiers de participations et autres revenus | 3 | 960 819 | 1 349 537 | 1 019 805 |
| Reprises d'amortissements et provisions, transferts de charges | 19 | 2 481 | 2 112 | – |
| Autres produits d'exploitation | | 513 | 456 | 384 |
| Total des produits d'exploitation | | 963 813 | 1 352 105 | 1 020 189 |
| Autres achats et charges externes | | 145 094 | 161 147 | 178 774 |
| Impôts, taxes et versements assimilés | | 2 471 | 2 270 | 3 148 |
| Salaires et traitements | | 28 517 | 34 527 | 32 183 |
| Charges sociales | | 8 411 | 8 240 | 12 462 |
| Dotations aux amortissements | | 219 | 617 | 702 |
| Dotations aux provisions | 19 | 2 079 | 3 588 | – |
| Autres charges | | 4 892 | 2 256 | 5 769 |
| Total des charges d'exploitation | | 191 684 | 212 645 | 233 038 |
| Reprises de provisions et transferts de charges | 19 | 18 164 | 33 982 | 332 198 |
| Intérêts et produits assimilés | 4 | 140 121 | 140 432 | 237 380 |
| Différences positives de change | 5 | 1 830 769 | 2 020 013 | 2 205 145 |
| Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement | | 4 768 | 25 021 | 18 442 |
| Total des produits financiers | | 1 993 823 | 2 219 448 | 2 793 165 |
| Dotations aux amortissements et provisions | 19 | 33 774 | 20 046 | 23 164 |
| Intérêts et charges assimilés | 6 | 297 352 | 337 666 | 469 047 |
| Différences négatives de change | 5 | 1 818 326 | 1 983 572 | 2 161 241 |
| Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement | | 18 839 | 41 443 | 259 743 |
| Total des charges financières | | 2 168 291 | 2 382 727 | 2 913 195 |
| RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT | | 597 661 | 976 181 | 667 121 |
| Produits exceptionnels sur opérations de gestion | 7 | 30 | – | 11 235 |
| Produits exceptionnels sur opérations en capital | 7 | 30 152 | 2 926 | 293 |
| Reprises de provisions et transferts de charges | 19 | 186 164 | 111 815 | 25 775 |
| Total des produits exceptionnels | | 216 346 | 114 741 | 37 303 |
| Charges exceptionnelles sur opérations de gestion | | – | – | 6 361 |
| Charges exceptionnelles sur opérations en capital | 7 | 2 174 | 6 241 | 250 |
| Dotations aux amortissements et provisions | 19 | 77 802 | 612 386 | 987 964 |
| Total des charges exceptionnelles | | 79 976 | 618 627 | 994 575 |
| Impôt sur les bénéfices | 8 | (277 051) | (296 075) | (313 964) |
| RÉSULTAT NET | | 1 011 082 | 768 370 | 23 813 |

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

EXERCICE 2004

| (en millions d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|----------------|--------------|----------------|
| EXPLOITATION | | | |
| • Résultat net | 1 011 | 768 | 24 |
| • Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés | (174) | 429 | 830 |
| • Variation des autres provisions | 79 | 60 | (176) |
| • Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH | 11 | 16 | 246 |
| CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT | 927 | 1 273 | 924 |
| • Variation des autres créances et dettes (y compris comptes courants intra-groupe) | 451 | (549) | 3 664 |
| VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT | 451 | (549) | 3 664 |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION | 1 378 | 724 | 4 588 |
| INVESTISSEMENT | | | |
| • Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles | (4) | – | – |
| • Acquisition de titres de participation | – | – | (69) |
| • Cession de titres de participation, et opérations assimilées | 1 | 3 | – |
| • Souscription aux augmentations de capital de filiales | (150) | – | (2 568) |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT | (153) | 3 | (2 637) |
| FINANCEMENT | | | |
| • Augmentation de capital | – | – | 1 |
| • Acquisitions et cessions d'actions LVMH | (131) | 88 | 592 |
| • Dividendes et acomptes versés dans l'exercice | (413) | (374) | (350) |
| • Émission ou souscription de dettes financières | 885 | 1 171 | 236 |
| • Remboursement de dettes financières | (1 384) | (1 698) | (2 588) |
| • (Acquisition) / Cession de valeurs mobilières de placement cotées | – | – | – |
| VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT | (1 043) | (813) | (2 109) |
| VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE | 182 | (86) | (158) |
| TRÉSORERIE A L'OUVERTURE DE L'EXERCICE | 254 | 340 | 498 |
| TRÉSORERIE A LA CLÔTURE DE L'EXERCICE | 436 | 254 | 340 |

RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

| (en milliers d'euros, sauf résultats par actions, exprimés en euros) | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|--|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1. Capital | | | | | |
| • Montant du capital | 146 958 | 146 970 | 146 981 | 146 981 | 146 981 |
| • Nombre d'actions ordinaires existantes | 489 858 345 ⁽¹⁾ | 489 901 115 | 489 937 410 | 489 937 410 | 489 937 410 |
| • Nombre maximal d'actions futures à créer : | | | | | |
| – par conversion d'obligations | – | – | – | – | – |
| – par exercice de bons de souscription | – | – | – | – | – |
| – par exercice de droits de souscription | 87 480 | 40 855 | – | – | – |
| 2. Opérations et résultats de l'exercice | | | | | |
| • Produits financiers de participations et autres revenus | 573 064 | 1 482 331 | 1 019 805 | 1 349 537 | 960 819 |
| • Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions) | 426 670 | 1 457 381 | 677 670 | 961 023 | 641 094 |
| • Impôts sur les bénéfices ⁽²⁾ | – | – | – | – | – |
| • Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) | 514 048 | (612 237) | 23 813 | 768 370 | 1 011 082 |
| • Résultat distribué | 367 394 | 367 426 | 391 950 | 416 447 | 465 441 |
| 3. Résultats par actions | | | | | |
| • Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions) | 0,88 | 2,99 | 1,38 | 2,57 | 1,87 |
| • Résultat après impôts, et charges calculées (amortissements et provisions) | 1,06 | (1,25) | 0,05 | 1,57 | 2,06 |
| • Dividende net distribué à chaque action | 0,75 | 0,75 | 0,80 | 0,85 | 0,95 |
| 4. Personnel | | | | | |
| • Effectif moyen (en nombre) | 33 | 35 | 36 | 36 | 33 |
| • Montant de la masse salariale | 20 788 | 31 706 | 32 183 | 34 527 | 28 517 |
| • Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux | 6 153 | 10 036 | 12 462 | 10 228 | 8 588 |

(1) 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.

ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

1. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

1.1 Général

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.

1.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont enregistrées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition) ou à leur valeur d'apport, à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont été réévaluées en 1978 (réévaluation légale de 1976).

1.3 Immobilisations financières

Les immobilisations financières hors créances, prêts et dépôts, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais accessoires) ou à leur valeur d'apport.

Lorsque leur valeur d'inventaire à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une 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).

1.4 Créances

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.

1.5 Valeurs mobilières de placement

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.

1.6 Actions LVMH

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

Les actions LVMH acquises dans le cadre réglementaire des programmes de rachat ou 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.

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 1.5 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.

1.7 Produits financiers de participations

Les dividendes des filiales et participations sont enregistrés lorsqu'ils sont perçus, nets de retenue à la source pour les dividendes de sociétés étrangères.

Les quote-parts de résultats de filiales sociétés de personnes, faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés, sont comptabilisées lorsque celles-ci sont réputées acquises aux associés.

1.8 Opérations en devises

Les opérations en devises sont enregistrées aux cours des devises à la date des transactions.

Les dettes et créances en devises sont réévaluées aux cours du 31 décembre, les gains et pertes non réalisés résultant de cette réévaluation étant portés en écart de conversion. Les pertes de change non réalisées au 31 décembre font l'objet de provisions, excepté pour les pertes compensées par des gains potentiels dans une même devise.

Les écarts de change constatés en fin d'exercice sur des disponibilités en devises sont enregistrés dans le compte de résultat.

1.9 Couverture de change

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 ; en effet, les contrats avec les filiales étant répercutés sur le marché de façon symétrique, le résultat de change issu de la réévaluation de l'ensemble serait nul.

Les effets des couvertures de taux d'intérêt (« swaps », « future rate agreements », « caps »,...) sont calculés prorata temporis sur la durée des contrats, et enregistrés dans la charge d'intérêts de l'exercice.

1.10 Primes d'émission des emprunts

Les primes d'émission des emprunts obligataires sont amorties sur la durée de l'emprunt. Les frais d'émission sont enregistrés en charges lors de l'émission.

2. 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.

3. PRODUITS FINANCIERS DE PARTICIPATIONS ET AUTRES REVENUS

| (en milliers d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|----------------|------------------|------------------|
| Produits financiers de filiales et participations : | | | |
| – dividendes perçus de sociétés françaises | 550 608 | 988 867 | 814 814 |
| – dividendes perçus de sociétés étrangères | – | – | – |
| – quote part de résultats de filiales françaises “transparentes” | 279 891 | 241 574 | 75 618 |
| | 830 499 | 1 230 441 | 890 432 |
| Revenus fonciers | 4 535 | 4 410 | 4 167 |
| Prestations de services | 125 785 | 114 686 | 125 206 |
| | 960 819 | 1 349 537 | 1 019 805 |

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.

4. INTÉRÊTS ET PRODUITS ASSIMILÉS

Les intérêts et produits assimilés se décomposent de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Produits des prêts et avances aux entreprises liées | 116 566 | 111 842 | 210 551 |
| Revenus de placements et autres produits financiers | 23 555 | 28 590 | 26 829 |
| | 140 121 | 140 432 | 237 380 |

5. RÉSULTAT DE CHANGE

Le résultat de change se décompose de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | Charges | Produits |
|---|------------------|------------------|
| Résultat au titre d'opérations pour compte des filiales | 1 817 566 | 1 817 566 |
| Résultat au titre d'opérations pour compte propre | 760 | 13 203 |
| | 1 818 326 | 1 830 769 |

(Voir également 2. – Activité de la société).

6. INTÉRÊTS ET CHARGES ASSIMILÉES

L'évolution des intérêts et charges assimilées s'analyse de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|----------------|----------------|----------------|
| Intérêts sur TDI | 71 997 | 71 369 | 74 006 |
| Intérêts sur emprunts obligataires | 114 211 | 123 678 | 160 234 |
| Intérêts sur emprunts bancaires | 10 304 | 15 307 | 20 136 |
| Intérêts sur billets de trésorerie | 20 303 | 29 000 | 76 567 |
| Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées | 66 800 | 86 110 | 120 747 |
| Autres intérêts et charges financières | 13 737 | 12 202 | 17 357 |
| | 297 352 | 337 666 | 469 047 |

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Les produits exceptionnels sont constitués, à hauteur de 180 millions d'euros, d'une reprise de provision pour dépréciation du portefeuille titres. Les charges exceptionnelles comprennent principalement une dotation aux provisions pour risques et charges au titre des risques généraux décrits en Note 19.

8. 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 le plus souvent 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 ; au titre des exercices 2004 et antérieurs, le montant restituable par LVMH s'élève à 225 millions d'euros.

Le montant d'impôt créditeur, figurant au compte de résultat, de 277 millions d'euros 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 2004.

• Imposition différée :

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2004 à un montant débiteur 10 millions d'euros.

• Reports déficitaires :

Le montant de reports déficitaires non utilisés par l'intégration fiscale dont LVMH est la société mère, s'élève à 109 millions d'euros. Ceux-ci sont indéfiniment reportables.

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

| (en milliers d'euros) | 2004 |
|---|---------------|
| Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2003 | 29 279 |
| – investissements | 4 165 |
| – cessions et mises hors service | (3 568) |
| – variation nette des amortissements | 1 574 |
| – variation des provisions pour dépréciation | 1 750 |
| Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2004 | 33 200 |

10. PARTICIPATIONS

| (en milliers d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|------------------|------------------|------------------|
| Valeur brute du portefeuille de participations | 10 077 211 | 9 928 183 | 9 930 888 |
| Provision pour dépréciation | (2 976 964) | (3 019 625) | (2 590 920) |
| Valeur nette du portefeuille de participations (1) | 7 100 247 | 6 908 558 | 7 339 968 |

(1) Voir Tableau des filiales et participations et Inventaire du portefeuille.

L'augmentation de la valeur brute du portefeuille de participations en 2004 correspond pour l'essentiel à la souscription par LVMH à l'augmentation de capital de sa filiale LVMH Finance, pour 150 millions d'euros.

L'évolution de la provision pour dépréciation du portefeuille est analysée en Note 19.

11. CRÉANCES RATTACHÉES À DES PARTICIPATIONS

Les créances rattachées à des participations sont constituées d'avances en compte courant ou de prêts à des sociétés apparentées, filiales directes ou indirectes de LVMH. Les avances figurent en actif immobilisé dans la mesure où elles s'inscrivent dans le cadre de conventions de gestion centralisée de trésorerie d'une durée de un an, renouvelables par tacite reconduction.

12. AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

| (en milliers d'euros) | 2004 | 2003 | 2002 |
|---|----------------|----------------|------------------|
| – créances sur des entreprises liées | 533 265 | 566 338 | 741 394 |
| <i>dont : comptes courants d'intégration fiscale</i> | 275 280 | 295 097 | 314 593 |
| <i>acompte sur dividende</i> | – | – | 213 683 |
| <i>quote-part de résultat de filiales transparentes</i> | 164 499 | 133 779 | 48 677 |
| <i>primes payées sur options de change</i> | 65 036 | 51 940 | 64 191 |
| <i>produits à recevoir</i> | 773 | 26 791 | 869 |
| – créances sur l'État | 59 948 | 56 264 | 44 126 |
| – autres créances | 245 732 | 229 064 | 246 316 |
| <i>dont : primes payées sur options de change</i> | 124 187 | 111 546 | 83 698 |
| | 838 945 | 851 666 | 1 032 705 |

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception, en 2004 et 2003, d'un montant de 38 millions d'euros à échéance supérieure à un an.

13. ACTIONS LVMH ET VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

13.1 Actions LVMH

Le portefeuille au 31 décembre 2004, réparti en fonction de l'affectation des titres, s'analyse de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | Valeur brute | Provision pour dépréciation | Valeur nette |
|------------------------------------|----------------|-----------------------------|----------------|
| Titres immobilisés | – | – | – |
| Plans d'options | 765 770 | (16 184) | 749 586 |
| Plans d'options (options caduques) | 3 556 | – | 3 556 |
| Programmes de rachat | 182 013 | (5 824) | 176 189 |
| | 951 339 | (22 008) | 929 331 |

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

| (en milliers d'euros) | Plans d'options | | Programmes de rachat | |
|---------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------|----------------|
| | Nombre | Valeur | Nombre | Valeur |
| Au 1^{er} janvier 2004 | 19 433 292 | 821 641 | 145 000 | 8 208 |
| Achats | – | – | 6 417 590 | 373 597 |
| Cessions | – | – | (3 374 843) | (200 806) |
| Transferts | (106 425) | (4 572) | 106 425 | 4 572 |
| Levées d'options | (2 178 252) | (51 299) | – | – |
| Au 31 décembre 2004 | 17 148 615 | 765 770 | 3 294 172 | 185 571 |

La moins-value dégagée par les cessions s'est élevée à 9 millions d'euros.

13.2 Valeurs mobilières de placement et assimilés

Le détail des valeurs mobilières de placement figure dans le tableau Inventaire du Portefeuille.

14. CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE

Les charges constatées d'avance sont constituées essentiellement d'intérêts et charges assimilées.

15. ÉCARTS DE CONVERSION

Les écarts de conversion actif et passif proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2004, des créances clients en devises et, à fin 2002 des en-cours d'emprunts en devises.

16. CAPITAUX PROPRES

16.1 Capital

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 détenues sous forme nominative depuis plus de 3 ans dont les titulaires bénéficient d'un droit de vote double. Les actions détenues par LVMH ne bénéficient ni du droit de vote, ni du droit au dividende.

Au 31 décembre 2004, le capital se décompose ainsi :

| | |
|--------------------------------|--------------------|
| Actions à droit de vote double | 220 144 242 |
| Actions à droit de vote simple | 249 350 381 |
| Actions détenues par LVMH | 20 442 787 |
| Nombre total d'actions | 489 937 410 |

16.2 Variation des capitaux propres

Conformément aux résolutions de l'Assemblée Générale du 19 mai 2004, et compte tenu des actions auto détenues lors du versement du dividende 2003 et de l'acompte 2004, la variation des capitaux propres s'analyse de la façon suivante :

| | Capital et primes | Réserves et provisions réglementées | Report à nouveau | Acompte sur dividendes | Résultat de l'exercice | Total capitaux propres |
|--|-------------------|-------------------------------------|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Soldes au 31-12-2003 avant affectation | 1 883 257 | 588 697 | 557 532 | (103 433) | 768 370 | 3 694 422 |
| Affectation du résultat 2003 | | | 768 370 | | (768 370) | – |
| Dividendes 2003 | | | (416 447) | 103 433 | | (313 014) |
| Soldes au 31-12-2003 après affectation | 1 883 257 | 588 697 | 909 456 | | | 3 381 409 |
| Dividendes 2003 – actions autodétenues | | | 17 485 | | | 17 485 |
| Acompte sur dividendes 2004 | a | | | (117 299) | | (117 299) |
| Acompte sur dividendes 2004 – actions autodétenues | | | 5 185 | (5 185) | | – |
| Taxe exceptionnelle | b | | (4 987) | | | (4 987) |
| Réserve de réévaluation | | (980) | | | | (980) |
| Résultat de l'exercice 2004 | | | | | 1 011 082 | 1 011 082 |
| Soldes au 31-12-2004 avant affectation | 1 883 257 | 587 717 | 927 139 | (122 484) | 1 011 082 | 4 286 710 |

a : montant versé

b : un montant de 4 987 milliers d'euros a été prélevé en 2004 sur le report à nouveau, correspondant au montant à payer au titre de la taxe exceptionnelle sur la réserve spéciale des plus values à long terme instaurée par l'article 39 de la Loi de finances rectificative pour 2004.

17. 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 | 18 009 |
| Titres de participation (Parfums Christian Dior et SCI 30 avenue Hoche) | 23 570 | 24 549 | 24 549 |
| | 41 579 | 42 558 | 42 558 |

La SCI du 30 avenue Hoche a été liquidée en 2004.

18. RÉSERVES RÉGLEMENTÉES

Les « Réserves réglementées » sont constituées de la « Réserve spéciale des plus-values à long terme » pour 529,1 millions d'euros ; elles incluent en outre les réserves indisponibles de 2,2 millions d'euros, résultant de la réduction de capital effectuée concomitamment à la conversion du capital en euros.

En raison de la réforme du régime des plus-values à long terme, un montant de 200 millions d'euros sera transféré, avant décembre 2005, de la réserve spéciale des plus-values à long terme à un compte de réserve ordinaire, après prélèvement d'une taxe de 5 millions d'euros, comme décrit en Note 16.

19. VARIATION DES PROVISIONS

La variation des provisions s'analyse de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | 31 décembre 2003 | Dotations | Utilisations | Reprises | Transfert ⁽¹⁾ | 31 décembre 2004 |
|---|---------------------|----------------|----------------|------------------|--------------------------|---------------------|
| Provisions pour dépréciation d'actifs : | | | | | | |
| – immobilisations corporelles | 1 750 | | (1 750) | | | – |
| – titres de participation | 3 019 625 | 554 | – | (180 914) | 137 700 | 2 976 965 |
| – actions LVMH | 1 428 | 20 580 | | | | 22 008 |
| – autres actifs | 4 339 | 9 633 | | | | 13 972 |
| Provision pour risques et charges : | | | | | | |
| – pour risques | 375 051 | 82 888 | (4 895) | (19 214) | (127 695) | 306 135 |
| – pour charges | 6 376 | | | | | 6 376 |
| Total | 3 408 569 | 113 655 | (6 645) | (200 128) | 10 005 | 3 325 456 |
| dont : résultat d'exploitation | – | 2 079 | (2 481) | – | | |
| résultat financier | – | 33 774 | – | (18 128) | | |
| résultat exceptionnel | – | 77 802 | (4 164) | (182 000) | | |
| | | 113 655 | (6 645) | (200 128) | | |

(1) Transfert de provision pour risques et charges à provision pour dépréciation des participations, après souscription à l'augmentation de capital de la filiale concernée.

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.

20. ANALYSE DES AUTRES PASSIFS

La répartition des dettes par nature et selon leur échéance, avant affectation du résultat, ainsi que les charges à payer rattachées, sont représentées dans le tableau ci-après :

| (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) | 563 490 | 17 318 | 8 352 | 537 820 | 7 188 | – |
| Autres emprunts obligataires | 4 055 195 | 693 477 | 2 011 718 | 1 350 000 | 25 985 | – |
| Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit | 341 105 | 40 588 | 300 517 | – | 486 | – |
| Autres emprunts et dettes financières | 4 222 262 | 4 222 262 | – | – | 5 427 | 3 721 987 |
| Dettes financières | 9 182 052 | 4 973 645 | 2 320 587 | 1 887 820 | 39 086 | 3 721 987 |
| Dettes fournisseurs et comptes rattachés | 21 506 | 21 506 | – | – | 17 680 | – |
| Dettes fiscales et sociales | 20 365 | 20 365 | – | – | 16 032 | – |
| Autres dettes (dont primes reçues sur options de change : 189,2 millions d'euros) | 299 838 | 299 838 | – | – | 88 892 | 203 194 |
| TOTAL | 9 523 761 | 5 315 354 | 2 320 587 | 1 887 820 | 161 690 | 3 925 181 |

20.1 Titres à durée indéterminée (TDI)

En décembre 1990 et février 1992, LVMH a procédé à l'émission, hors de France, de deux emprunts obligataires sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée aux montants nominaux respectifs de 762 et 229 millions d'euros.

Les conventions d'émission comportaient les caractéristiques suivantes :

- remboursement de droit dans les seuls cas de liquidation judiciaire et dissolution anticipée de LVMH, sauf fusion ou scission ;
- paiement du principal subordonné au désintéressement complet des autres créanciers ;
- possibilité de différer le paiement des intérêts si certains ratios financiers ne sont pas atteints.

En 1996, un avenant à la convention d'émission des TSDI 1990 a supprimé les deux dernières clauses ci-dessus, transformant ainsi les TSDI en créances chirographaires ordinaires, et conduisant à leur reclassement en dettes financières comme Titres à Durée Indéterminée (TDI).

Les TSDI émis en 1992 ont été reclassés simultanément par application de la clause « pari passu » de leur convention d'émission.

Ces émissions ont fait l'objet de conventions avec des sociétés tierces qui se sont engagées à conserver ou à racheter les titres aux souscripteurs après quinze ans, et ont renoncé en totalité ou quasi-totalité à la perception des intérêts à compter de cette date, moyennant le versement par LVMH concomitamment à l'émission de montants définitifs de respectivement 170 et 57 millions d'euros.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 592 et 172 millions d'euros ;
- les sommes versées en rémunération du nominal de l'émission sont enregistrées proportionnellement pour partie en frais financiers et pour partie en amortissement du principal.

Les TDI de 1990 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.

20.2 Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont constitués d'émissions publiques et de placements privés, réalisés depuis mai 2000 dans le cadre d'un programme Euro Medium Term Notes de 7 milliards d'euros, dont l'en-cours au 31 décembre 2004 atteint 2,6 milliards d'euros.

| (en milliers d'euros) | Taux d'intérêt facial | Swap vers taux variable | Echéances | Nominal au 31 décembre 2004 | Intérêts courus après swap | TOTAL |
|---|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------------------|----------------------------|------------------|
| Émissions publiques : | | | | | | |
| EUR 600 000 000, 2004 ⁽¹⁾ | 4,625 % | total | 2011 | 600 000 | 4 073 | 604 073 |
| EUR 750 000 000, 2003 ⁽²⁾ | 5,00 % | total | 2010 | 750 000 | 4 645 | 754 645 |
| EUR 500 000 000, 2001 ⁽³⁾ | 6,125 % | total | 2008 | 500 000 | 282 | 500 282 |
| EUR 600 000 000, 2000 ⁽⁴⁾ | 5,75 % | total | 2005 | 587 000 | 5 365 | 592 365 |
| EUR 800 000 000, 1999 ⁽⁵⁾ | 5,00 % | total | 2006 | 800 000 | 8 890 | 808 890 |
| FRF 1 300 000 761, 1998 indexé ⁽⁶⁾ | 1,00 % | total | 2005 | 31 939 | 151 | 32 090 |
| Placements privés : | | | | | | |
| EUR 100 000 000, 2004 | variable | – | 2007 | 100 000 | 111 | 100 111 |
| CZK 770 000 000, 2004 | variable | – | 2009 | 24 507 | 61 | 24 568 |
| EUR 100 000 000, 2004 | variable | – | 2007 | 100 000 | 297 | 100 297 |
| USD 20 000 000, 2003 | variable | – | 2005 | 18 553 | 130 | 18 683 |
| HKD 200 000 000, 2003 | variable | – | 2006 | 23 860 | 140 | 24 000 |
| JPY 1 000 000 000, 2003 | 0,475 % | total | 2006 | 7 280 | 6 | 7 286 |
| EUR 306 130 153, 2003 | variable | – | 2008 | 306 130 | 645 | 306 775 |
| SGD 125 000 000, 2001 | 4,00 % | total | 2006 | 61 698 | 861 | 62 559 |
| EUR 55 000 000, 2001 | variable | – | 2006 | 55 000 | 95 | 55 095 |
| JPY 1 500 000 000, 2001 | 0,95 % | total | 2006 | 13 672 | 58 | 13 730 |
| JPY 1 100 000 000, 2001 | variable | – | 2006 | 10 464 | 56 | 10 520 |
| JPY 1 000 000 000, 2001 | variable | – | 2006 | 9 107 | 48 | 9 155 |
| EUR 30 000 000, 2000 | variable | – | 2005 | 30 000 | 72 | 30 072 |
| TOTAL | | | | 4 029 210 | 25 985 | 4 055 195 |

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 ont été conclus à l'émission des emprunts obligataires ; des opérations ultérieures de couverture de taux ont pu être réalisées.

Les émissions publiques sont détaillées ci-dessous :

- (1) Emprunt 2004 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 4,625 %, émis à 99,427 % du nominal.
- (2) Emprunt 2003 de 750 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00 %, émis à 99,986 % du nominal.
- (3) Emprunt 2001 de 500 millions d'euros, portant intérêt au taux de 6,125 %, émis à 99,363 % du nominal.
- (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.

Cet emprunt a fait l'objet de rachats suivis d'annulation pour un montant de 13 millions d'euros au cours de l'exercice 2004.

- (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^{er} 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, de 38,2 millions d'euros au cours de l'exercice 2003 et de 1,2 million d'euros au cours de l'exercice 2004.

20.3 Autres emprunts et dettes financières

Les autres emprunts et dettes financières sont constitués de billets de trésorerie et, à hauteur du montant figurant dans le tableau ci-dessus en « entreprises liées », d'avances en compte courant ou de dettes de filiales ou autres sociétés du groupe ; les avances sont effectuées dans le cadre de la gestion centralisée de trésorerie mentionnée en note 11.

20.4 Analyse de la dette par devise

Au 31 décembre 2004, la répartition par devise de la dette financière 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 :

| Contrevaleur en millions d'euros | | Après prise en compte des instruments de couverture |
|----------------------------------|--------------|---|
| Devises | A l'émission | |
| Euro | 5 290 | 4 481 |
| Dollar US | 19 | 68 |
| Franc suisse | | 869 |
| Yen | 40 | – |
| Dollar de Hong Kong | 24 | 2 |
| Dollar de Singapour | 62 | 3 |
| Autres devises | 25 | 37 |
| Sous-total | 5 460 | 5 460 |
| Entreprises liées | | 3 722 |
| Total dettes financières | | 9 182 |

De façon générale, la composition de la dette en devise a pour objet de couvrir des actifs nets en devises, issus notamment de l'acquisition de sociétés hors zone Euro.

L'ensemble des emprunts obligataires en devises (voir Note 20.2) a donné lieu à la conclusion de contrats de swaps les transformant en emprunts en euros.

21. 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, il peut arriver que soient utilisés des instruments ayant nature de couverture dans le cadre du patrimoine consolidé du Groupe, 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 note 1, 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.

21.1 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 de couverture en vie au 31 décembre 2004, et leur montant notionnel s'analysent de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | Échéances | | | Valeur de marché |
|---|----------------|--------------|-----------------|------------------|
| | à 1 an au plus | de 1 à 5 ans | à plus de 5 ans | |
| Swaps payeurs de taux fixe | 468 781 | 1 250 000 | 300 000 | (37 577) |
| Swaps payeurs de taux variable | 2 845 762 | 2 560 517 | 1 350 000 | 175 859 |
| Caps | 2 285 680 | 1 650 000 | – | 20 459 |
| Tunnels (achats de caps & ventes de floors) | 300 000 | 1 750 000 | – | 11 138 |

21.2 Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2004, réévalués aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

| (en milliers d'euros) | Contrepartie : tiers | Contrepartie : filiales | Valeur de marché |
|---|----------------------|-------------------------|------------------|
| Opérations de couverture pour compte des filiales : | | | |
| – Achats/ventes à terme | 244 487 | 244 487 | 18 286 |
| – Options de change | 2 525 314 | 2 525 314 | 216 655 |
| Opérations pour compte propre : | | | |
| – Achats à terme | (147 937) | – | (20 312) |
| Opérations pour compte propre réputées non adossées : | | | |
| – Ventes à terme | 834 680 | – | 11 463 |

22. AUTRES INFORMATIONS

22.1 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 30 millions d'euros.

L'essentiel de ces engagements concerne les dirigeants du Groupe.

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements sont les suivantes :

| | |
|---|--------|
| Taux d'actualisation | 4,75 % |
| Taux de rendement long terme attendu des placements | 4,75 % |

22.2 Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 257 millions d'euros ; ce chiffre représente les engagements contractuels pris par le Groupe pour l'achat de minoritaires de sociétés consolidées, prises de participation, participations complémentaires dans des sociétés non consolidées, ou pour le paiement de compléments de prix éventuels pour des opérations réalisées.

Ce montant n'inclut pas :

- les effets du Protocole d'Accord intervenu le 20 janvier 1994 entre LVMH et Diageo, par lequel LVMH s'est engagé à acheter à Diageo sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, sous préavis de 6 mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur à la date de l'exercice de la promesse. A la date de ce Protocole d'Accord, la participation de Diageo dans Moët Hennessy avait été évaluée à plus de 1,2 milliard d'euros.
- les acquisitions de la totalité des titres Glenmorangie Plc au premier trimestre 2005 ainsi que des 30 % résiduels dans Millennium en avril 2005.

22.3 Autres engagements en faveur de tiers

| (en millions d'euros) | au 31 décembre 2004 |
|--|------------------------|
| Cautions accordées au profit de filiales, ou autres sociétés du groupe | 1 595 |
| Engagements de crédit-bail mobilier | – |
| | 1 595 |

22.4 Autres engagements en faveur de LVMH

| (en millions d'euros) | au 31 décembre 2004 |
|--|------------------------|
| Lignes de crédit à long terme confirmées non tirées | 1 942 |
| Lignes de crédit à court terme confirmées non tirées | 1 934 |
| Cautions bancaires obtenues | – |
| | 3 876 |

22.5 Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SA, 30 avenue Montaigne – 75008 Paris.

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2004

Titres de participation et autres titres immobilisés

| (en milliers d'euros) | % de participation directe | Valeur nette comptable |
|---|----------------------------|------------------------|
| 35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC | 58,67 | 1 018 997 |
| 23 742 768 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA | 99,94 | 821 934 |
| 68 957 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA | 99,98 | 76 447 |
| 331 826 000 actions de valeur nominale EUR 15 de Sofidiv SAS | 100,00 | 4 812 905 |
| 1 961 043 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA | 99,99 | 259 163 |
| 31 482 974 actions de valeur nominale EUR 13,82 de Moët Hennessy International SA | 58,67 | 74 443 |
| 23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon) | 100,00 | 7 564 |
| 7 000 parts de valeur nominale EUR 457,35 du GIE LVMH Services | 20,00 | 8 855 |
| 37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de Creare SA (Luxembourg) | 32,17 | 564 |
| 9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne) | 5,44 | 6 692 |
| 3 500 000 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services LTD (Grande-Bretagne) | 100,00 | 360 |
| 2 333 060 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA | 99,99 | 12 300 |
| Autres titres de participation | | 23 |
| TOTAL | | 7 100 247 |

Valeurs mobilières de placement et créances assimilées

| (en milliers d'euros) | Valeur nette comptable | Valeur de marché |
|--------------------------------|------------------------|------------------|
| Titres de créances négociables | 340 000 | 340 000 |
| Autres | 16 987 | 16 987 |
| TOTAL | 356 987 | 356 987 |

FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2004

(en milliers d'unités monétaires)

| Sociétés | Siège social | Devise | Capital (a) | Capitaux propres autres que le capital (a) (b) | Quote part du capital délégué 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 2004 (c) |
|---|--------------|--------|----------------|---|---|---|------------------|--------------------------------------|---|---|---|---|
| | | | | | | Brute | Nette | | | | | |
| 1. Filiales (> 50%) : | | | | | | | | | | | | |
| Moët Hennessy SNC | Boulogne | EUR | 428 730 | 2 125 890 | 58,67 | 1 018 997 | 1 018 997 | – | – | 532 145 | 416 212 | – |
| Moët Hennessy Inter. SA | Boulogne | EUR | 151 564 | 134 766 | 58,67 | 74 443 | 74 443 | – | – | 64 501 | 66 046 | – |
| LVMH Fashion Group SA | Paris | EUR | 35 634 | 430 736 | 99,94 | 821 934 | 821 934 | – | – | 443 212 | 226 763 | 486 727 |
| Parfums Christian Dior SA | Paris | EUR | 2 621 | 213 272 | 99,98 | 76 447 | 76 447 | 1 765 | – | 779 772 | 59 262 | 54 959 |
| Sofidiv SAS | Boulogne | EUR | 4 977 390 | (168 718) | 100,00 | 6 666 408 | 4 812 905 | – | – | 315 | 175 661 | – |
| LVMH Finance SA | Boulogne | EUR | 34 996 | (15 386) | 99,99 | 1 130 499 | 12 300 | – | – | 154 | (32 906) | – |
| Le Bon Marché SA | Paris | EUR | 29 416 | 73 169 | 99,99 | 259 163 | 259 163 | – | – | 196 456 | 14 534 | 8 923 |
| LVMH KK | Tokyo | JPY | 1 150 000 | (83 294) | 100,00 | 7 564 | 7 564 | – | 623 702 | 551 933 | 147 426 | – |
| LVMH Services LTD | Londres | GBP | 3 500 | (3 254) | 100,00 | 5 622 | 360 | – | – | 2 123 | (447) | – |
| 2. Participations (> 10% et < 50%) | | | | | | | | | | | | |
| GIE LVMH Services | Boulogne | EUR | 44 275 | (15 774) | 20,00 | 8 855 | 8 855 | – | – | 2 960 | (15 774) | – |
| 3. Participations (< 10%) | | | | | | | | | | | | |
| Loewe SA | Madrid | EUR | 5 328 | 21 328 | 5,44 | 6 692 | 6 692 | 12 146 | – | 88 117 | (3 313) | – |
| 4. Autres participations | | | | | | 587 | 587 | – | – | | | 0 |
| Total | | | | | | 10 077 211 | 7 100 247 | 13 911 | 623 702 | | | 550 608 |

(a) En devises pour les filiales étrangères

(b) Avant affectation du résultat de l'exercice

(c) En milliers d'euros

RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2004, 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 oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

2. JUSTIFICATIONS DE NOS APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L.225-235 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La valorisation des immobilisations financières est réalisée selon les règles et méthodes décrites dans la note 1.3 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.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion 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 de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs de capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

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 : Caution de la société Tajan

Le 21 janvier 2004, le Conseil d'Administration a donné son accord pour que LVMH se porte caution solidaire de Tajan SA à l'égard de la société Le Mans Caution. Dans le cadre de la cession de Tajan, il avait été demandé que le groupe LVMH maintienne sa caution envers la compagnie d'assurances jusqu'à la fin de l'année 2006 au plus tard.

Le montant de la caution s'est élevé à 11,5 millions d'euros pour l'année 2004.

Administrateur concerné : Monsieur Nicolas Bazire, Membre du Conseil de Surveillance de Tajan SA.

Objet : Location de tableaux

Le 14 septembre 2004, le Conseil d'Administration a donné son accord sur la location à LVMH par la société Groupe Arnault SAS, société contrôlant indirectement LVMH, d'un ensemble d'œuvres d'art.

Le montant de la charge supportée en 2004 par LVMH à ce titre s'est élevé à 351 250 euros.

Administrateurs concernés : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire, Albert Frère et Pierre Godé, dirigeants de Groupe Arnault SAS.

Objet : Prestations d'assistance

Le 21 janvier 2004, 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 (fusionnée dans la société Groupe Arnault SAS en décembre 2004). 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 4 millions d'euros hors taxes par an à compter du 1er janvier 2004.

Administrateurs concernés : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire et Pierre Godé, administrateurs de Montaigne Participations et Gestion.

Objet : Retraite complémentaire

Le 2 mars 2004, le Conseil d'Administration a autorisé la modification du régime de retraite complémentaire des membres du Comité Exécutif ; cette modification porte notamment sur la période minimale nécessaire à l'acquisition des droits et la rémunération servant d'assiette au calcul de la retraite complémentaire. La charge en résultant pour la société au cours de l'exercice 2004 est comprise dans le montant figurant à la Note 28.3 de l'annexe aux états financiers consolidés.

Administrateurs concernés : Messieurs Bernard Arnault, Antonio Belloni, Nicolas Bazire et Pierre Godé.

Objet : Prestation d'assistance

Le 21 janvier 2004, le Conseil d'Administration a donné son accord sur la résiliation anticipée de la convention d'assistance entre Christian Dior Couture et Fendi moyennant une indemnité de résiliation fixée à 1,5 million d'euros (hors taxes).

Administrateurs concernés : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé, administrateurs de Christian Dior Couture.

Objet : Location de bureau

Le 21 janvier 2004, le Conseil d'Administration a autorisé la résiliation du bail commercial conclu avec la société Christian Dior Couture pour la location de bureaux d'une surface de 522 m² sis 30 avenue Montaigne à Paris 8^{ème}.

Le montant de la charge supportée en 2004 par LVMH s'est élevé à 46 522 euros.

Administrateurs concernés : Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé, administrateurs de Christian Dior Couture.

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 : 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 les activités « Vins et Spiritueux » s'est élevé à 35 771 000 euros.

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 464 354 815 euros.

Le montant de la rémunération perçue par LVMH au titre de cet engagement s'est élevé en 2004 à 426 865 euros.

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 service Titres de Christian Dior moyennant une rémunération forfaitaire annuelle hors taxes de 45 570 euros, s'est poursuivie en 2004.

Objet : Financement par souscription de parts sociales

La convention relative à la souscription par une SNC, dont LVMH et Christian Dior sont associées, de deux emprunts obligataires émis respectivement par LVMH pour un montant de 306 millions d'euros, et par Christian Dior, s'est poursuivie en 2004.

Le montant des intérêts versés par LVMH s'est élevé à 13 500 339,75 euros.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.

**RÉSOLUTIONS SOUMISES
À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE**

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

Première résolution : Approbation des comptes consolidés

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance des rapports du Conseil d'Administration et des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui ont été présentés, ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

Deuxième résolution : Approbation des comptes sociaux

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance des rapports du Conseil d'Administration, du Président du Conseil d'Administration et des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes de la société pour l'exercice clos le 31 décembre 2004, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui ont été présentés, ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

En conséquence, elle donne aux membres du Conseil d'Administration quitus de l'exécution de leur mandat pour ledit exercice.

Troisième résolution : Approbation des conventions réglementées

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 : Réaffectation de la réserve spéciale des plus-values à long terme

L'Assemblée Générale prend acte du prélèvement, le 31 décembre 2004, d'une somme de 4 987 500 euros sur le poste report à nouveau, en application des dispositions de l'article 39 de la Loi de Finances Rectificative pour 2004 et de l'avis n° 2005-A du Conseil National de la Comptabilité, somme correspondant à la taxe exceptionnelle de 2,5 % sur le prélèvement à effectuer sur la réserve spéciale des plus-values à long terme.

L'Assemblée Générale prend acte que le montant du report à nouveau créditeur, après prélèvement de cette taxe a été réduit en conséquence à 927 138 052,53 euros.

En outre, conformément à l'article 39 de la loi susvisée, l'Assemblée Générale décide qu'un montant de 200 000 000 euros sera prélevé sur la réserve spéciale des plus-values à long terme pour être viré à un poste de réserve ordinaire.

Corrélativement, l'Assemblée Générale décide de prélever sur cette réserve un montant de 4 987 500 euros, du montant de la taxe exceptionnelle de 2,5 %, afin de reconstituer le solde du report à nouveau ainsi porté à 932 125 552,53 euros.

Cinquième résolution : Affectation du résultat – fixation du dividende

L'Assemblée Générale, sur proposition du Conseil d'Administration, décide d'affecter et de répartir le résultat distribuable de l'exercice clos le 31 décembre 2004 de la façon suivante :

| | Euros |
|--|-------------------------|
| • Résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2004 | 1 011 081 163,78 |
| Dotation à la réserve légale | — |
| Report à nouveau tel que résultant de la résolution précédente | 932 125 552,53 |
| Montant total distribuable | 1 943 206 716,31 |
| • Proposition d'affectation | |
| – réserve des plus-values à long terme | Néant |
| – dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action | 7 349 061,15 |
| – dividende complémentaire de 0,935 euro par action | 458 091 478,35 |
| – précompte | 3 061 369,00 |
| – report à nouveau | 1 474 704 807,81 |
| | 1 943 206 716,31 |

Si cette affectation est retenue, le dividende net ressortira à 0,95 euro par action.

Un acompte sur dividende de 0,25 euro par action ouvrant droit à un avoir fiscal de 0,125 euro pour les personnes physiques ayant été distribué le 2 décembre 2004, le solde est de 0,70 euro. Pour les personnes physiques, il sera retenu, dans l'assiette de l'impôt sur le revenu, à raison de la moitié de son montant. Il sera mis en paiement le 18 mai 2005.

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 |
| 2003 | Acompte | 489 937 410 | 0,22 | 0,11 | 0,33 |
| | Solde | 489 937 410 | 0,63 | 0,315 | 0,945 |
| | Total | | 0,85 | 0,425 | 1,275 |
| 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 | 0,265 | 0,795 |
| | Total | | 0,75 | 0,375 | 1,125 |

Sixième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Nicolas BAZIRE

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Nicolas BAZIRE vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2008.

Septième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Antonio BELLONI

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Antonio BELLONI vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2008.

Huitième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Diego DELLA VALLE

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Diego DELLA VALLE vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2008.

Neuvième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Jacques FRIEDMANN

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Jacques FRIEDMANN 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 2008.

Dixième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Gilles HENNESSY

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Monsieur Gilles HENNESSY vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2008.

Onzième résolution : Programme de rachat d'actions

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration, autorise ce dernier à acquérir des actions de la société conformément aux dispositions des articles L.225-209 et suivants du Code de commerce.

Les acquisitions d'actions pourront être réalisées en vue notamment de leur conservation, de leur remise ultérieure à titre d'échange ou de dation en paiement, de leur cession par tout moyen en ce compris une cession de blocs, de leur annulation, de l'animation du marché dans le cadre d'un contrat de liquidité conclu avec un prestataire de service d'investissement, de l'attribution d'options prévue à l'article L.225-179 du Code de commerce ou encore d'opérations d'actionnariat salarié visées aux articles L.225-197-1 à L.225-197-5 du Code de commerce.

Le prix maximum d'achat par la société de ses propres actions est fixé à 100 euros par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution gratuite d'actions ainsi qu'en cas, soit d'une division, soit d'un regroupement des titres, le prix d'achat indiqué ci-dessus sera ajusté par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

Le nombre maximum de titres pouvant être acquis ne pourra dépasser 10 % du capital social, étant précisé que cette limite s'applique à un montant du capital social qui sera, le cas échéant ajusté pour prendre en compte les opérations affectant le capital social postérieurement à la présente Assemblée. Cette limite correspond à ce jour à 48 993 741 actions. Le montant total maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 4,9 milliards d'euros. Les actions pourront être acquises par tous moyens, en bourse ou de gré à gré, y

compris par l'utilisation d'instruments financiers dérivés, ainsi que par acquisition de blocs ou à l'occasion d'un échange.

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 13 mai 2004, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Douzième résolution : Réduction du capital social

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, 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 13 mai 2004, est donnée pour une durée de vingt-quatre mois à compter de ce jour.

Treizième résolution : Augmentation du capital social avec maintien du droit préférentiel de souscription – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L.225-129, L.225-129-2 et L.228-92,

1/ Délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera :

a) soit à l'émission, sur le marché français et/ou international, en faisant publiquement appel à l'épargne, en euros, ou en tout autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires et/ou de toutes valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives des créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables ;

- b) soit à l'incorporation au capital de tout ou partie des bénéfices, réserves ou primes dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible et sous forme d'attribution d'actions ordinaires gratuites ou d'élévation du nominal des actions existantes ;
 étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation.
- 2/ Fixe à vingt-six mois à compter de la présente assemblée la durée de validité de la présente délégation de compétence.
- 3/ Décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :
- (i) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières ci-dessus visée au 1-a) est fixé à trente (30) millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des quatorzième, quinzième, seizième, dix-septième, ou dix-huitième résolutions ;
 Au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement en supplément en cas d'opérations financières nouvelles pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital.
- (ii) le montant nominal maximal des augmentations de capital visées au 1-b) susceptibles d'être réalisées, ne pourra pas dépasser le montant global des sommes pouvant être incorporées au capital, étant précisé, que le montant de ces augmentations de capital s'ajoutera au montant du plafond mentionné au (i) ci-dessus.
- 4/ Décide qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence :
- le nombre de titres à émettre pourra être augmenté dans les conditions prévues à l'article L.225-135-1 du Code de commerce ;
 - si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Conseil d'Administration pourra utiliser, dans les conditions prévues par la loi et dans l'ordre qu'il déterminera, l'une ou l'autre des facultés prévues à l'article L.225-134 du Code de commerce et notamment offrir au public, totalement ou partiellement, les actions et/ou les valeurs mobilières non souscrites.
- 5/ Prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital emportera, au profit des porteurs

des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit.

- 6/ Prend acte que la présente délégation de compétence emporte tous pouvoirs au Conseil d'Administration, avec faculté de délégation au Directeur Général, ou en accord avec ce dernier, à un Directeur Général Délégué, pour mettre en œuvre, dans les conditions fixées par la loi, la présente délégation, et notamment pour :
- en cas d'incorporation au capital de bénéfices, de réserves ou primes :
 - fixer le montant et la nature des réserves à incorporer au capital, fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et/ou le montant dont le nominal des actions existantes composant le capital social sera augmenté, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ou celle à laquelle l'élévation du nominal portera effet ;
 - décider que les droits formant rompus ne seront pas négociables, que les actions correspondantes seront vendues et que le produit de la vente sera alloué aux titulaires des droits ;
 - en cas d'émission d'actions et/ou d'autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance :
 - décider le montant à émettre, le prix d'émission ainsi que le montant de la prime qui pourra, le cas échéant, être demandée à l'émission ;
 - déterminer les dates et modalités de l'émission, la nature, la forme et les caractéristiques des titres à créer qui pourront notamment revêtir la forme de titres subordonnés ou non, à durée déterminée ou non, assortis d'un intérêt à taux fixe et/ou variable, ou encore avec capitalisation et faire l'objet d'un remboursement avec ou sans prime ou d'un amortissement ;
 - déterminer le mode de libération des actions et/ou des titres émis ou à émettre ;
 - fixer, s'il y a lieu, les modalités d'exercice des droits attachés aux titres émis ou à émettre et, notamment, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance, ainsi que toutes autres conditions et modalités de réalisation de l'émission ;
 - fixer les modalités selon lesquelles la société aura, le cas échéant, la faculté d'acheter ou d'échanger en Bourse, à tout moment ou pendant des périodes déterminées, les titres émis ou à émettre en vue de les annuler ou non, compte tenu des dispositions légales ;
 - prévoir la faculté de suspendre éventuellement l'exercice des droits attachés à ces titres pendant un délai maximum de trois mois ;

- à sa seule initiative, imputer les frais des augmentations de capital social sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation ;
 - procéder à tous ajustements requis en conformité avec les dispositions légales et réglementaires, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital ;
 - constater la réalisation de chaque augmentation de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts ;
- passer toute convention, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés.
- 7/ Décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale mixte du 15 mai 2003.

Quatorzième résolution : Augmentation du capital social avec suppression du droit préférentiel de souscription – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L.225-129-2, L.225-135 et suivants et L.228-92,

- 1/ Délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, en faisant publiquement appel à l'épargne, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et/ou d'autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation.
- 2/ Fixe à vingt-six mois, à compter de la présente assemblée, la durée de validité de la présente délégation.

- 3/ Décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :

- a) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées directement ou non, à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières visée au 1/ ci-dessus est fixé à 30 millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des treizième, quinzisième, seizième, dix-septième, ou dix-huitième résolutions ;
- b) au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital.

- 4/ Décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et autres valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution, en laissant toutefois au Conseil d'Administration la faculté de conférer aux actionnaires, pendant un délai et selon les modalités qu'il fixera conformément aux dispositions de l'article L.225-135 du Code de commerce et pour tout ou partie d'une émission effectuée, une priorité de souscription ne donnant pas lieu à la création de droits négociables et qui devra s'exercer proportionnellement au nombre des actions possédées par chaque actionnaire et pourra être éventuellement complétée par une souscription à titre réductible, étant précisé qu'à la suite de la période de priorité, les titres non souscrits feront l'objet d'un placement public.

- 5/ Prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital, emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit.

- 6/ Décide que le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission.

- 7/ Décide qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, le nombre de titres à émettre pourra être augmenté dans les conditions prévues à l'article L.225-135-1 du Code de commerce et à l'article 155-4 du décret n°67-236 du 23 mars 1967.

- 8/ Prend acte que la présente délégation de compétence emporte au profit du Conseil d'Administration avec faculté de délégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur Général Délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la treizième résolution.
- 9/ Décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003.

Quinzième résolution : Augmentation de capital dans le cadre d'opérations complexes – Délégation de pouvoirs

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration :

- 1/ Délègue au Conseil d'Administration, les pouvoirs pour procéder en une ou plusieurs fois, aux époques qu'il appréciera, à l'émission d'actions ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons autonomes, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance,
- (i) soit, conformément aux dispositions de l'article L.225-148 du Code de commerce, à l'effet de rémunérer des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange,
- (ii) soit, conformément aux dispositions du 5^{ème} alinéa de l'article L.225-147 du Code de commerce, à l'effet, dans la limite de 10 % du capital, de rémunérer des apports en nature consentis à la société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L.225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables.
- 2/ Fixe à vingt-six mois à compter de la présente assemblée, la durée de validité de la présente délégation.
- 3/ Décide que le montant nominal des augmentations de capital réalisées en vertu de la présente résolution s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, seizième, dix-septième, ou dix-huitième résolutions.
- 4/ Décide qu'en cas d'usage de la présente délégation, le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs à l'effet notamment :
- en cas d'opérations visées au (i) du 1 ci-dessus : arrêter la liste des titres apportés à l'échange, fixer les conditions de l'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soulte en espèces à verser et déterminer les modalités de l'émission dans le cadre, soit d'une OPE, d'une offre alternative d'achat ou d'échange, soit d'une offre publique proposant l'achat ou l'échange des titres visés contre un règlement en titres et en

numéraire, soit d'une offre publique d'achat (OPA) ou d'échange (OPE) à titre principal, assortie d'une OPE ou d'une OPA à titre subsidiaire,

- en cas d'opérations visées au (ii) du 1 ci-dessus : approuver sur le rapport du ou des Commissaires aux Apports, l'évaluation de l'apport,
- dans tous les cas :
 - arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ;
 - imputer le cas échéant les frais des augmentations de capital sur le montant des primes d'apport et prélever sur ce montant la somme nécessaire pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation ;
 - procéder aux modifications corrélatives des statuts.

Seizième résolution : Augmentation de capital réservée à plusieurs catégories de personnes – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L.225-129-2, L.225-138 et suivants et L.228-92,

- 1/ Délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et/ou d'autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation.
- 2/ Décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires, aux actions et aux autres valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution, en faveur d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des Assurances ou son équivalent à l'étranger, dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilancielle de la société.
- 3/ Fixe à dix-huit mois, à compter de la présente assemblée, la durée de validité de la présente délégation.

4/ Décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :

a) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées directement ou non, à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières visée au 1/ ci-dessus est fixé à 30 millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, dix-septième, ou dix-huitième résolutions ;

b) au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital.

5/ Prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital, emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit.

6/ Décide que le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de Bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 %.

7/ Décide qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, le nombre de titres à émettre pourra être augmenté dans les conditions prévues à l'article L.225-135-1 du Code de commerce.

8/ Prend acte que la présente délégation de compétence emporte au profit du Conseil d'Administration avec faculté de délégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur Général Délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la treizième résolution avec, en outre, ceux d'arrêter la liste des bénéficiaires des catégories susvisées et le nombre de titres à attribuer à chacun d'eux.

Dix-septième résolution : Augmentation de capital au profit des salariés du Groupe – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des

Commissaires aux Comptes et statuant en application des dispositions des articles L. 225-129-2 et L. 225-129-6 du Code de commerce,

1/ Délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans les conditions prévues à l'article L. 443-5 du Code du travail, à une augmentation du capital social en numéraire réservée aux salariés de la société et des sociétés qui lui sont liées dans le cadre d'un plan d'épargne d'entreprise.

2/ Fixe à vingt-six mois à compter de la présente assemblée la durée de validité de la présente délégation.

3/ Décide que le nombre total des actions qui pourront être souscrites par les salariés en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieur à 3 % du capital social au moment de l'émission, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, seizième, ou dix-huitième résolutions.

4/ Décide que le prix de souscription des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L 443-5 alinéa 3 du Code du travail.

5/ Confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration pour mettre en œuvre la présente délégation et, à cet effet :

- fixer les conditions d'ancienneté exigées pour participer à l'opération, dans les limites légales, et le cas échéant, le nombre maximal d'actions pouvant être souscrites par salarié ;
- fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et leur date de jouissance ;
- fixer, dans les limites légales, le prix d'émission des actions nouvelles ainsi que les délais accordés aux salariés pour l'exercice de leurs droits ;
- fixer les délais et modalités de libération des actions nouvelles ;
- constater la réalisation de la ou des augmentations de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts ;
- procéder à toutes les opérations et formalités rendues nécessaires par la réalisation de la ou des augmentations de capital.

6/ Décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires au profit des salariés visés ci-dessus.

7/ Décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003.

Dix-huitième résolution : Autorisation d'attribuer des actions gratuites aux salariés et dirigeants du Groupe

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux articles L.225-197-1 et suivants du Code de commerce,

- 1/ Autorise le Conseil d'Administration sur ses seules délibérations à procéder, en une ou plusieurs fois, au profit de membres du personnel salarié et de mandataires sociaux de la société ou des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L.225-197-2 du Code de commerce, à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre en application des dispositions des articles L. 225-187-1 et suivants du Code de commerce.
- 2/ Décide que le nombre total d'actions distribuées gratuitement ne pourra représenter plus de 1 % du capital social à ce jour, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, seizième, ou dix-septième résolutions.
- 3/ Décide que l'attribution des actions à leurs bénéficiaires sera définitive au terme d'une période d'acquisition minimale de deux ans et que la durée minimale de l'obligation de conservation des actions par les bénéficiaires est fixée à deux ans.
- 4/ Prend acte que le Conseil d'Administration a le pouvoir d'ajuster le nombre d'actions attribuées, dans la limite du plafond précité en cas de réalisation de l'une ou l'autre des opérations visées à l'article L.225-181 du Code de commerce.
- 5/ Autorise le Conseil d'Administration à procéder, le cas échéant, pendant la période d'acquisition, aux ajustements du nombre d'actions liés aux éventuelles opérations sur le capital social de manière à préserver les droits des bénéficiaires.
- 6/ Prend acte que la présente décision comporte, dans les conditions prévues par les dispositions législatives en vigueur, renonciation de plein droit des actionnaires, en faveur des attributaires d'actions gratuites, à la partie des réserves qui, le cas échéant, servira en cas d'émission d'actions nouvelles.
- 7/ Fixe à trente-huit mois, à compter de ce jour, la durée de validité de la présente autorisation.
- 8/ Délègue tous pouvoirs au conseil, avec faculté de délégation dans les limites légales, pour mettre en œuvre la présente autorisation :
 - arrêter les listes des bénéficiaires des attributions ;
 - fixer les conditions et le cas échéant, les critères d'attribution ;
 - fixer les dates de jouissance des actions ;
 - le cas échéant, constater la réalisation des augmentations de capital, modifier les statuts en conséquence et plus généralement faire le nécessaire.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS

Mesdames, Messieurs Les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaire aux Comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton et en exécution de la mission prévue à l'article L.225-209, alinéa 5 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 oeuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et conditions des réductions de capital envisagées sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L.225-209 du Code de commerce. Cette autorisation d'achat est proposée par ailleurs à l'approbation de votre Assemblée Générale et serait donnée pour une période de dix-huit mois.

Votre Conseil vous demande de lui déléguer, pour une période de vingt-quatre mois, au titre de la mise en oeuvre de l'autorisation d'achat par votre société de ses propres actions, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, au cours d'une période de vingt-quatre mois à compter du jour de l'assemblée, 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 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société, et en exécution de la mission prévue par le Code de commerce et notamment les articles L.225-135, L.225-136 et L.228-92, nous vous présentons notre rapport sur les résolutions soumises à l'approbation de votre Assemblée Générale mixte du 12 mai 2005 et prévoyant :

1. de déléguer au Conseil d'Administration la compétence à l'effet de décider l'émission :

- d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance, avec maintien du droit préférentiel de souscription (treizième résolution),
- d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance, avec suppression du droit préférentiel de souscription (quatorzième résolution), étant rappelé qu'en application des dispositions du second alinéa de l'article L.225-135 du Code de commerce, le Conseil vous propose également de lui conférer le pouvoir d'instituer un délai de priorité de souscription en faveur des actionnaires.

Le nombre de titres à créer pourra en outre être augmenté dans les conditions de l'article L.225-135-1 du Code de commerce.

2. déléguer au conseil les pouvoirs afin d'émettre des actions ou toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance conformément aux dispositions de l'article L.225-148 ou L.225-147 5ème alinéa du Code de commerce (quinzième résolution).

Le montant nominal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme ne pourra excéder 30 millions d'euros, étant précisé que le montant nominal de toute augmentation de capital résultant d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, seizième, dix-septième ou dix-huitième résolutions s'imputera sur ce montant.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, dans le cadre de l'article L.225-129-2 du Code de commerce, la compétence pour décider des opérations réalisées en vertu des treizième et quatorzième résolutions, fixer les conditions d'émission et vous propose de supprimer, dans la quatorzième résolution, votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre en cas d'émission sans droit préférentiel de souscription.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions des émissions proposées, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission données dans le rapport du Conseil d'Administration au titre de la quatorzième résolution, étant rappelé que nous ne nous prononçons pas sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre dans le cadre de la mise en œuvre des treizième et quinzième résolutions, qui ne sont pas précisées dans le rapport du Conseil d'Administration.

Le prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles les émissions seront réalisées et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dans la quatorzième résolution.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation des émissions par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE À DES ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT OU SOCIÉTÉS RÉGIÉS PAR LE CODE DES ASSURANCES

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par les articles L.225-135, L.225-138 et L.228-92 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'émission d'actions ordinaires et/ou valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance, réservée à des établissements de crédit ou sociétés régies par le Code des assurances ou son équivalent à l'étranger, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Cette émission s'inscrit dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilancielle de votre société. Le montant nominal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme ne pourra excéder 30 millions d'euros, étant précisé que le montant nominal de toute augmentation de capital résultant d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, dix septième ou dix huitième résolutions s'imputera sur ce montant.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de dix-huit mois, dans le cadre de l'article L.225-129-2 du Code de commerce, la compétence pour décider de l'opération et fixer les conditions d'émission. Il vous propose également de supprimer votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier le contenu du rapport de votre Conseil d'Administration relatif à cette opération et les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'émission proposée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre, données dans la rapport du Conseil d'Administration.

Le prix d'émission des titres de capital n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'émission sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dont le principe entre cependant dans la logique de l'opération soumise à votre approbation.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'émission par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE ENTREPRISE

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par les articles L.225-135 et L.225-138 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'augmentation de capital réservée aux salariés adhérents d'un Plan d'Épargne Entreprise du Groupe LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer. Ce projet est soumis à votre approbation en application des dispositions de l'article L.225-129-6 du Code de commerce et de l'article L.443-5 du Code du travail.

Le nombre total des actions souscrites par les salariés en vertu de la présente autorisation ne pourra excéder 3% du capital social au moment de l'émission, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, seizième ou dix-huitième résolutions.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, dans le cadre de l'article L.225-129-2 du Code de commerce, la compétence pour décider de l'opération et fixer les conditions d'émission. Il vous propose également de supprimer votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'émission proposée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre données dans le rapport du Conseil d'Administration.

Le prix d'émission des titres de capital n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'émission sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dont le principe entre cependant dans la logique de l'opération soumise à votre approbation.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'émission par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS EXISTANTES OU À ÉMETTRE AU PROFIT DES MEMBRES DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES MANDATAIRES SOCIAUX

Mesdames, Messieurs Les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par l'article L225-197-1 du Code de commerce, nous avons établi le présent rapport sur le projet d'attribution gratuite d'actions existantes ou à émettre au profit des membres du personnel salarié et des mandataires sociaux de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L225-197-2 du Code de commerce.

Votre Conseil d'Administration vous propose de l'autoriser à attribuer gratuitement des actions existantes ou à émettre, étant précisé que le nombre total d'actions attribuées gratuitement ne pourra représenter plus de 1% du capital au jour de l'assemblée générale. Il lui appartient d'établir un rapport sur cette opération à laquelle il souhaite pouvoir procéder. Il nous appartient de vous faire part, le cas échéant, de nos observations sur les informations qui vous sont ainsi données sur l'opération envisagée.

En l'absence de norme professionnelle applicable à cette opération, issue d'une disposition législative du 30 décembre 2004, nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires. Ces diligences ont consisté à vérifier que les modalités envisagées et données dans le rapport du Conseil d'Administration s'inscrivent dans le cadre des dispositions prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données dans le rapport du Conseil d'Administration portant sur l'opération envisagée d'attribution gratuite d'actions.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 21 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

AVIS 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 de l'article n° 211-5-2 du livre II du règlement général de l'AMF, 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 Jean-Jacques Guiony, membre du Comité Exécutif, par délégation de Monsieur Bernard Arnault, Président 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 2004, 2003 et 2002 arrêtés par le Conseil d'Administration, 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.

Les rapprochements IFRS établis dans le cadre du passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, à partir des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004 préparés en conformité avec les règles et principes comptables français, ont fait l'objet d'un audit par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France. Dans notre rapport sur ces rapprochements, nous avons exprimé une opinion sans réserve sur leur établissement, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux règles d'élaboration décrites dans les notes qui les accompagnent, en attirant l'attention du lecteur sur :

- le paragraphe introductif de la partie « mise en œuvre des normes IFRS » qui expose les raisons pour lesquelles l'information comparative présentée dans les comptes consolidés de l'exercice 2005 pourrait être différente des comptes consolidés retraités, joints à notre rapport,
- le fait que, s'agissant de préparer le passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, les rapprochements IFRS n'incluent pas l'information comparative relative à l'exercice 2003, ni toutes les notes annexes exigées par le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, qui seraient nécessaires pour donner, au regard de ce référentiel, une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

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 29 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & Associés

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

Informations annexes

Le document de référence inclut par ailleurs :

- Le rapport général sur les comptes annuels dans lequel les Commissaires aux Comptes justifient de leurs appréciations, établi en application des dispositions de l'article L. 225-235 du code de commerce (page 214 du document de référence) ;
- Le rapport sur les comptes consolidés dans lequel les Commissaires aux Comptes justifient également de leurs appréciations, établi en application des dispositions de l'article L. 225-235 du code de commerce (page 124 du document de référence) ;
- Le rapport des Commissaires aux Comptes établi en application du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du code de commerce sur le rapport du Président du Conseil d'Administration décrivant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière (page 74 du document de référence).

ATTESTATION DE LA SOCIÉTÉ SUR LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET RESPONSABLE DE LA POLITIQUE D'INFORMATION

PERSONNE AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ ASSUMANT LA RESPONSABILITÉ DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET RESPONSABLE DE LA POLITIQUE D'INFORMATION :

Monsieur Jean-Jacques GUIONY, Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif, par délégation du Président Directeur Général, Monsieur Bernard ARNAULT.

ATTESTATION

« A ma connaissance, les données du présent document de référence sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de la société ; elles ne comprennent pas d'omissions de nature à en altérer la portée. »

Paris, le 29 avril 2005

Par délégation du Président Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

TABLE DE CONCORDANCE ⁽¹⁾

| Informations | Pages |
|---|------------------|
| ATTESTATIONS DES RESPONSABLES | |
| Attestation des responsables du document de référence | 234 |
| Attestation des contrôleurs légaux des comptes | 232 |
| Politique d'information | 232 |
| RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL | |
| Capital | |
| Particularités | 174 |
| Capital autorisé non émis | 174 |
| Capital potentiel | 174 |
| Tableau d'évolution du capital sur 5 ans | 176 |
| Marché des titres | |
| Tableau d'évolution des cours et volumes sur 18 mois | 180 |
| Dividendes | 181 |
| CAPITAL ET DROITS DE VOTE | |
| Répartition actuelle du capital et des droits de vote | 177 |
| Évolution de l'actionnariat | 178 |
| Pactes d'actionnaires | 177 |
| ACTIVITÉS DU GROUPE | |
| Organisation du Groupe | 4 |
| Chiffres clés du Groupe | 76 |
| Informations chiffrées sectorielles | 30 à 41 ; 106 |
| Marchés et positionnement concurrentiel de l'émetteur | 7 à 27 ; 29 à 41 |
| Politique d'investissements | 49 |
| Indicateurs de performance | Néant |
| ANALYSE DES RISQUES DU GROUPE | |
| Facteurs de risques | |
| – risques de marché | 46 |
| – risques particuliers liés à l'activité | 42 |
| – risques juridiques | 42 ; 64 |
| – risques industriels et liés à l'environnement | 43 ; 54 |
| Assurances et couverture des risques | 44 |
| PATRIMOINE, SITUATION FINANCIÈRE ET RÉSULTATS | |
| Comptes consolidés et annexes | 77 |
| Engagements hors-bilan | 114 |
| Honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leurs réseaux | 154 |
| Comptes sociaux et annexes | 194 |
| GOVERNEMENT D'ENTREPRISE | |
| Composition et fonctionnement des organes d'administration, de direction, de surveillance | 147 |
| Composition et fonctionnement des comités | 156 |
| Dirigeants mandataires sociaux | 189 |
| Dix premiers salariés non mandataires sociaux | 189 |
| Conventions réglementées | 215 |
| ÉVOLUTION RÉCENTE ET PERSPECTIVES | 66 |

(1) En application du règlement 98-01 de l'Autorité des Marchés Financiers.



Le présent document a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 9 mai 2005,
conformément aux articles 211-1 à 211-42 de son Règlement Général.
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.

