

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

EXERCICE 2005

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

LE GROUPE LVMH	5
HISTORIQUE	1
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2006	2
LES ACTIVITÉS DU GROUPE	5
RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE	19
ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES	61
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE	63
COMPTES CONSOLIDÉS	71

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA	123
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	123
GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	139
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	155
RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	165
PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS	177
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	181
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	205

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	217
--	-----

TABLE DE CONCORDANCE	221
----------------------	-----

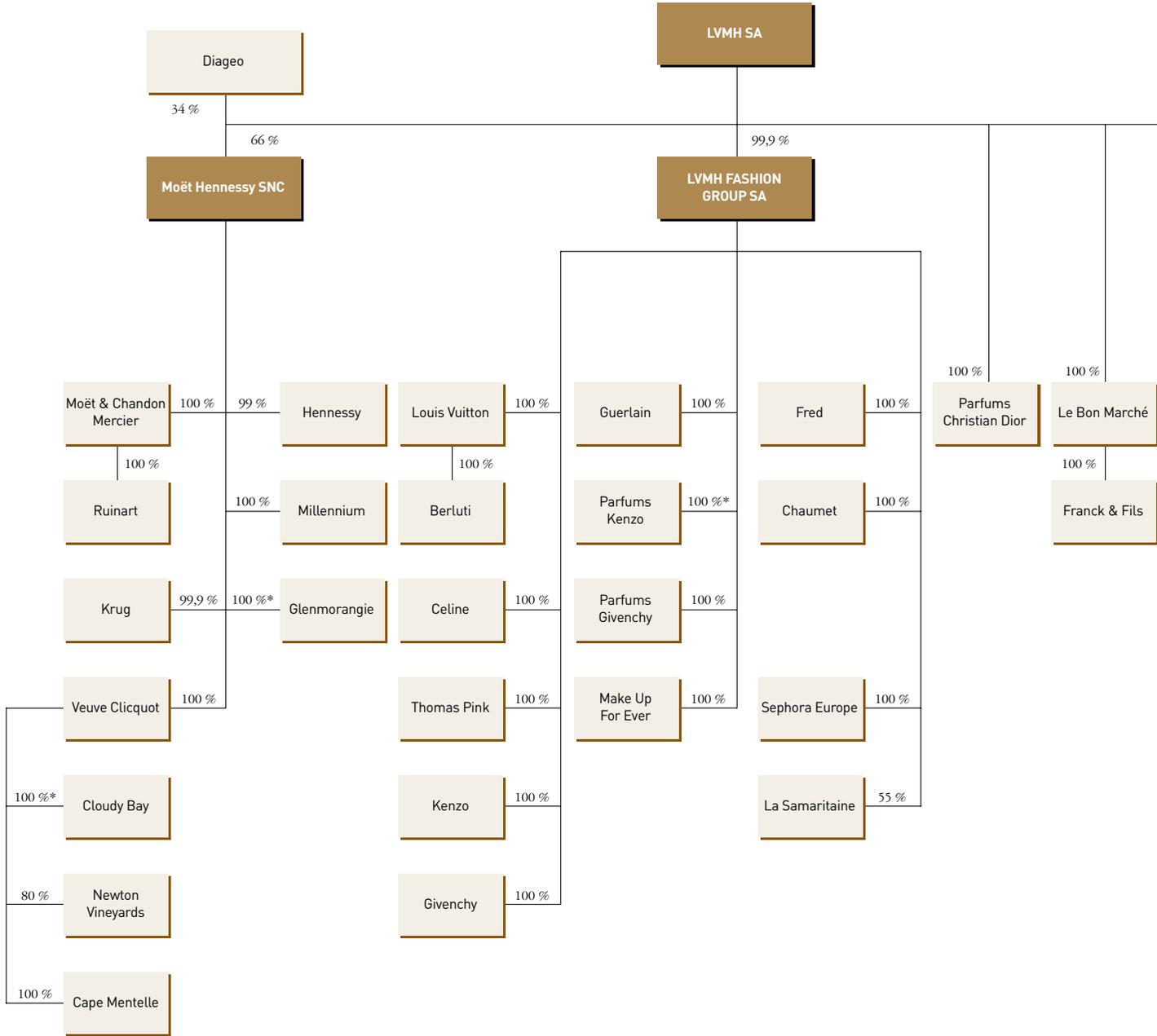
HISTORIQUE

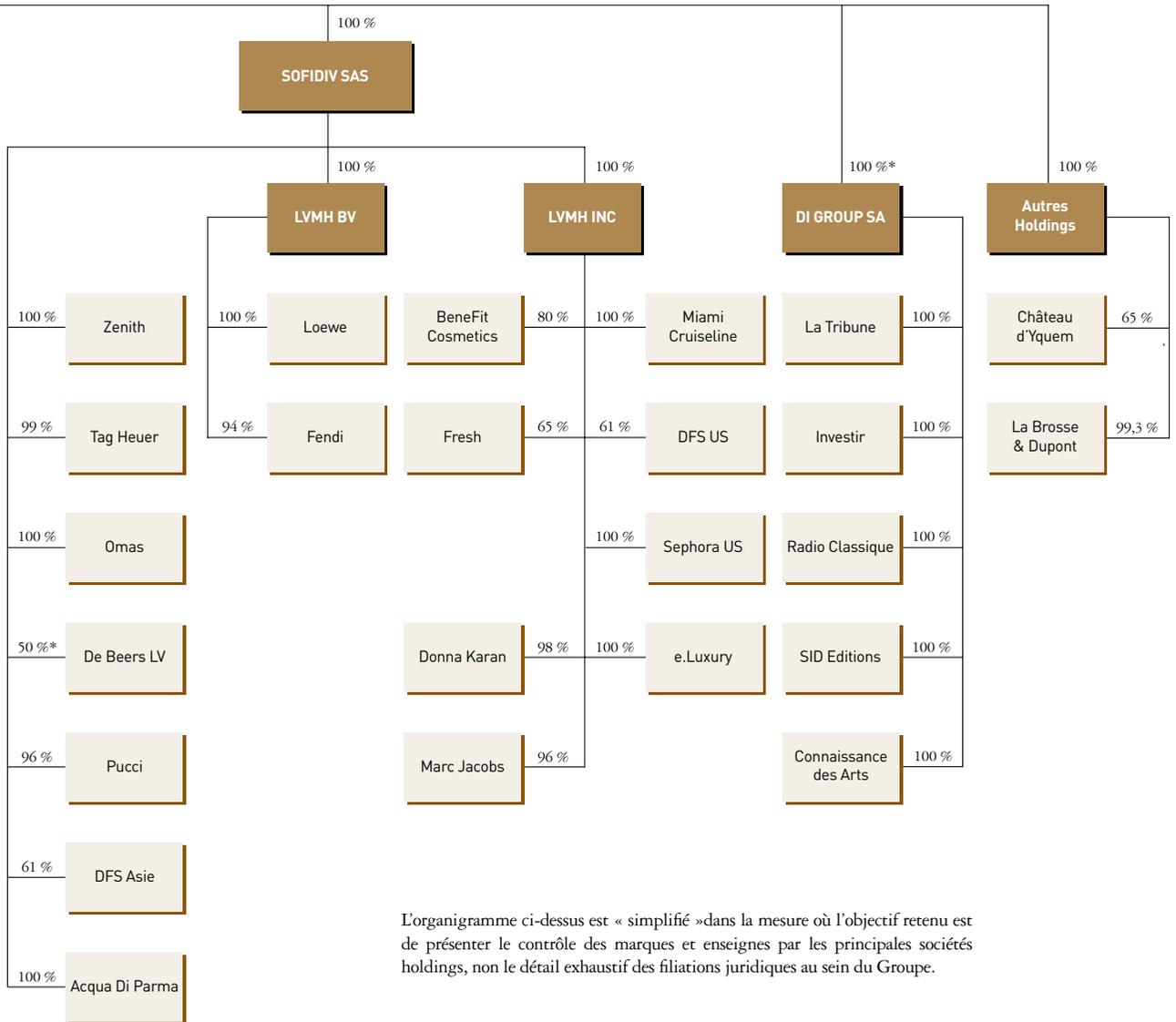
Si l'histoire du Groupe LVMH commence en 1987 lors du rapprochement de Moët Hennessy et Louis Vuitton, c'est au dix-huitième siècle, en Champagne, qu'il faut remonter pour retrouver ses racines, à l'époque où un certain Claude Moët décida de poursuivre l'œuvre de Dom Pérignon, contemporain de Louis XIV.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

Du XVI^e siècle à nos jours :

XVI ^e siècle	1593	Château d'Yquem
XVIII ^e siècle	1729	Ruinart
	1743	Moët & Chandon
	1765	Hennessy
	1772	Veuve Clicquot
	1780	Chaumet
XIX ^e siècle	1828	Guerlain
	1843	Krug
	1846	Loewe
	1852	Le Bon Marché
	1854	Louis Vuitton
	1858	Mercier
	1860	TAG Heuer
	1865	Zenith
	1870	La Samaritaine
	1893	Glenmorangie
	1895	Berluti
XX ^e siècle	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
	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	
XXI ^e siècle	2001	De Beers LV
	2005	10 Cane

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2006





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.



*Détention directe et/ou indirecte

LE GROUPE LVMH

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

	<i>Page</i>
1. VINS ET SPIRITUEUX	6
1.1 CHAMPAGNE ET VINS	6
1.2 COGNAC ET SPIRITUEUX	7
1.3 LA DISTRIBUTION DES VINS ET SPIRITUEUX	10
2. MODE ET MAROQUINERIE	10
2.1 LES MARQUES DU GROUPE MODE ET MAROQUINERIE	10
2.2 LA CRÉATION	11
2.3 LA DISTRIBUTION	11
2.4 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	11
3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES	12
3.1 LES MARQUES DU GROUPE PARFUMS ET COSMÉTIQUES	12
3.2 LA RECHERCHE EN PARFUMS ET COSMÉTIQUES	13
3.3 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	14
4. MONTRES ET JOAILLERIE	15
4.1 LES MARQUES DU GROUPE MONTRES ET JOAILLERIE	15
4.2 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	16
5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE	16
5.1 L'ACTIVITE « TRAVEL RETAIL »	16
5.2 L'ACTIVITÉ « SELECTIVE RETAIL »	17
6. AUTRES ACTIVITÉS	17

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 2005, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 2 644 millions d'euros, soit 19 % des ventes totales du Groupe LVMH.

1.1 Champagne et Vins

En 2005, les ventes de l'activité Champagne et Vins se sont élevées à 1 496 millions d'euros (dont 86 % pour le champagne), soit 57 % des ventes de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.1.1 Les marques de champagne et vins

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

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

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

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

Les vins MountAdam ont été cédés au cours de l'exercice 2005.

1.1.2 Position concurrentielle

En 2005, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 0,7 % tandis que les expéditions de la région Champagne augmentent de 2,0 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 18,0 % du total des expéditions de la région, contre 18,3 % en 2004 (source CIVC).

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

	2005			2004		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH	
Allemagne	12,0	3,0	25,0	11,5	3,3	29,0
Grande-Bretagne	36,8	7,7	21,0	35,0	7,6	21,9
États-Unis	20,7	12,1	58,3	20,3	11,7	57,9
Italie	8,8	4,5	50,8	8,2	4,3	52,4
France	178,1	10,2	5,7	176,4	11,3	6,4

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

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

	2005	2004
Allemagne	5	6
Grande-Bretagne	13	13
États-Unis	21	21
Italie	8	8
Suisse	2	3
Japon	6	5
Autres	26	24
Export	81	80
France	19	20
Total en %	100	100

1.1.3 Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone délimitée classée en A.O.C. qui s'étend sur les 34 500 hectares légalement utilisables pour sa production. En 2005, 32 000 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. Grâce aux deux dernières vendanges, les marques de champagne du Groupe LVMH possèdent aujourd'hui des stocks en volume et en qualité autorisant une croissance mesurée des ventes. Au 31 décembre 2005, ces stocks représentaient environ 216 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 4 années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 6 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée.

1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 658 hectares de champagne en production, qui fournissent environ 26 % des besoins annuels. Au-delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vigneron et de coopératives, sur la base d'accords 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 vigneron et les négociants. À la suite d'un premier accord quadriennal signé en 1996, un autre accord interprofessionnel a été signé entre les Maisons et les vigneron 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 vigneron 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 vigneron et de maîtriser au mieux la spéculation sur les prix.

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

Le début d'année 2005 a été marqué par un déblocage de 1 000 kg/ha sortis de la réserve qualitative pour faire face aux besoins des marchés.

La nature a été moins généreuse que l'an passé, mais la récolte 2005 a permis d'atteindre le plafond de l'appellation Champagne, soit 13 000 kg/ha. Le prix payé pour chaque kilo de raisins à la vendange 2005 s'établit entre 4,20 euros et 5 euros suivant les crus, relativement stable par rapport à 2004.

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

Les Maisons de Champagne ont eu recours à des sous-traitants pour un montant de 40 millions d'euros environ ; ces prestations sont notamment relatives aux opérations de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2 Cognac et spiritueux

En 2005, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 1 148 millions d'euros, soit 43 % des ventes totales de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.2.1 Les marques de cognac et spiritueux

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

En 2002, LVMH a acquis 40 % de Millennium, producteur et distributeur de vodka haut de gamme sous les marques **Belvedere** et **Chopin** ; à fin 2004, LVMH en détenait 70 % ; les 30 % restants du capital ont été acquis en 2005. Millennium a été créée en 1994 avec pour objet d'apporter au marché américain une vodka de luxe pour connaisseurs ; en 1996, Belvedere et Chopin sont introduites sur ce marché. La distillerie Polmos Zyrardow située en Pologne, et qui élabore la vodka de luxe Belvedere, a été créée en 1910 et acquise par Millennium en 2001 à l'occasion de sa privatisation. En 1999, la société décide de développer des vodkas aromatisées.

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 suivantes :

	2005			2004		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH	
États-Unis	52,2	28,4	55,6	48,5	26,6	54,8
Asie hors Japon	25,9	12,4	47,8	22,1	10,1	45,8
Japon	3,4	2,0	59,8	3,4	2,0	58,2
Allemagne	5,3	1,2	22,2	4,1	1,2	29,3
France	5,1	0,3	5,1	5,4	0,3	5,2

(source : BNIC)

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

	2005	2004
États-Unis	55	56
Japon	3	4
Asie (hors Japon)	20	17
Europe (hors France)	12	13
Autres export	10	9
Total export	100	99
France	NS	1
Total en %	100	100

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

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

1.2.2 Position concurrentielle

Les volumes d'expédition de la région de Cognac augmentent de 6,3 % par rapport à 2004, alors que les expéditions en volume des marques de LVMH augmentent de 9,8 %. La part de marché du groupe d'activités s'établit ainsi à 40 %, contre 39 % en 2004 (source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac - BNIC). Le Groupe LVMH est leader mondial du cognac, ses positions étant particulièrement fortes aux États-Unis et en Asie.

1.2.3 Mode d'élaboration du cognac

La région délimitée de Cognac se situe autour du bassin de la Charente. Le vignoble, qui s'étend actuellement sur environ 75 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie. En 2005, 72 765 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.

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

Hennessy exploite 177 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 vigneron, 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 2005, le prix des vins de la récolte a augmenté de 1,6 % pour les Fins Bois, après une hausse de 3 % en 2004 qui suivait trois années de stabilité. Les prix des autres crus sont restés 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.

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

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

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

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

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

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

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Millennium représente moins de 20 % des approvisionnements de la société.

1.2.6 Mode d'élaboration du whisky

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

Selon les règles d'élaboration du whisky de malt, l'orge malté est tout d'abord broyé, ce qui produit un mélange de farine et d'écorces appelé « grist ». Ce produit est ensuite mélangé avec de l'eau chaude dans de grands baquets de bois appelés « wash tuns » afin d'extraire les sucres de l'orge malté. Le liquide résultant de ce brassage, appelé « worsts », est placé dans une cuve et additionné de levures en vue d'opérer la fermentation alcoolique. Le liquide ainsi obtenu, appelé « wash », subit ensuite une double distillation dans des alambics de cuivre connus sous le nom de « wash stills » et « spirit stills ». Chaque distillerie possède des alambics dont la taille et la forme spécifiques influencent fortement les arômes du whisky qu'elle produit. Les alambics de Glenmorangie, les plus hauts d'Écosse, s'élèvent à 5,14 mètres de hauteur, ne laissant se dégager et se condenser que les émanations les plus subtiles. Chez Ardbeg, les alambics sont équipés d'un purificateur unique en son genre.

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

1.2.7 Mode d'élaboration du rhum 10 Cane

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

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

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

1.3 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 2005, 21 % des ventes de champagne et 14 % des ventes de cognac ont été réalisées par ce canal.

À 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, en Amérique Latine et aux États-Unis, par ses propres filiales au Japon, et par des distributeurs indépendants dans le reste du monde.

Fin 2004, LVMH et Diageo ont annoncé la séparation de leurs activités de vente des gammes de produits de Moët Hennessy et de Diageo aux États-Unis, au sein du joint-venture Schieffelin & Somerset ; cet accord ne remet pas en cause la distribution des produits des deux groupes auprès des distributeurs communs sur ce marché réalisée 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.

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Celine, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda, StefanoBi, ainsi que le site internet e-Luxury composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis dispose de 891 magasins dans le monde. Tout en respectant l'identité et le positionnement créatif des marques ainsi rassemblées, LVMH soutient leur développement en mettant à leur disposition des ressources communes.

En 2005, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 4 812 millions d'euros, soit 35 % des ventes totales de LVMH.

2.1 Les marques du Groupe Mode et Maroquinerie

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

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

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 scène italienne. Particulièrement connue pour son savoir-faire et sa créativité dans le travail de la fourrure, la marque est présente dans la maroquinerie, les accessoires et le prêt-à-porter.

Emilio Pucci, marque italienne fondée en 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.

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

2.2 La création

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

LVMH considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons de mode un grand nombre de créateurs au talent reconnu mondialement : Marc Jacobs crée depuis 1998 les collections de prêt-à-porter de Louis Vuitton, supervise la création des souliers et réinterprète avec succès les grands classiques de la Maison en maroquinerie. Ivana Omazic a rejoint Celine en 2005 en qualité de Directrice Artistique. Le jeune créateur Riccardo Tisci a été nommé début 2005 Directeur Artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy Femme. Oswald Boateng est Directeur de la Création pour Givenchy Homme depuis 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 Directeur Artistique des collections Kenzo Femme. Donna Karan continue de créer les lignes de la Maison qui porte son nom. Matthew Williamson s'est vu confier en 2005 la Direction Artistique des collections de prêt-à-porter et d'accessoires d'Emilio Pucci. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti.

2.3 La distribution

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

Pour répondre à ces objectifs, LVMH s'est doté du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de mode et maroquinerie. Ce réseau comprend 891 magasins au 31 décembre 2005, dont 345 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 Etats-Unis, assurent l'essentiel de la production de la marque ; Louis Vuitton ne recourt à des tiers que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de sa production.

L'optimisation des capacités industrielles de Louis Vuitton s'est poursuivie en 2005, avec notamment la réouverture, après rénovation et 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.

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance de production représente en 2005 un montant de l'ordre du quart 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 environ 23 % du total des approvisionnements de ces produits.

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

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

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

3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

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

espagnole détenant de fortes positions sur son marché domestique, et Make Up For Ever, marque française spécialisée dans les produits de maquillage professionnel.

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

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

En 2005, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 2 285 millions d'euros, soit 16 % des ventes totales de LVMH.

3.1 Les marques du Groupe Parfums et Cosmétiques

La société Parfums Christian Dior est née en 1947, la même année que la Maison de couture, avec le lancement du parfum *Miss Dior*. Tout en développant ses lignes de parfums féminins et masculins au fil des années, Parfums Christian Dior a étendu son activité au domaine du maquillage à partir de 1955 et aux produits de soin à partir de 1973. Aujourd'hui Parfums Christian Dior consacre à la recherche 1,5 % de ses ventes et se situe à l'avant-garde en matière d'innovation.

Les principaux parfums féminins de la marque sont : *Miss Dior*, *Poison*, *J'Adore*, *Dior Addict*, *Pure Poison*, lancé en 2004 et *Miss Dior Chérie*, créé en 2005. *Eau Sauvage*, *Fabrezeit*, *Dune pour Homme*, *Higher* et *Dior Homme*, lancé en 2005, constituent les parfums masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Diorsnow* et *Hydracton*, lancée en 2005, pour les produits de soin, *Dior Addict*, *Diorskin*, *Backstage* et *Rouge Dior* pour le maquillage.

Guerlain, fondée en 1828 par Pierre François Pascal Guerlain, a créé plus de 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, 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* et *Divinora* pour le maquillage.

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

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et connaissent un fort développement depuis le succès de *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a entrepris de diversifier son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant l'année suivante la gamme *KenzoKi*.

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 les trois boutiques de Grande-Bretagne, la marque est actuellement distribuée dans plus de 700 points de vente aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et en Corée.

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

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

Make Up For Ever, créée en 1989, a rejoint LVMH en novembre 1999. La marque est spécialisée dans le maquillage professionnel et ses applications pour le grand public. Ses produits sont distribués dans sa boutique exclusive parisienne et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, aux États-Unis, au Canada et au Japon.

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Parme, est une marque de parfumerie de prestige, symbole du chic italien. La marque est spécialisée dans les parfums et les soins du corps et a diversifié son offre, notamment dans les parfums d'intérieur et le linge de maison.

Aujourd'hui basée à Milan, Acqua di Parma s'appuie sur un réseau de distribution exclusif, dont une boutique en propre à Milan.

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

3.2 La recherche en parfums et cosmétiques

La recherche joue un rôle majeur dans la stratégie de développement des Parfums et Cosmétiques. Les marques du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques bénéficient aujourd'hui du 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, Loewe, Acqua di Parma et les jeunes sociétés américaines comme Fresh et BeneFit, ainsi que, d'une manière générale, la coordination réglementaire pour l'ensemble des produits de toutes les marques.

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, japonaises 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 1,7 % des ventes, étant précisé que celui-ci

est toutefois constitué de ventes de produits parfumants à hauteur de 56 %.

En 2005, 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. Les nouveaux ingrédients développés et proposés par les équipes ont intégré, en complément de la notion de performance, une forte dimension d'éthique et de durabilité. L'ensemble de ces activités a donné lieu à la communication de très nombreux articles scientifiques sur toutes ces thématiques.

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 2005 leur collaboration avec des chirurgiens plasticiens dans le but de mieux cibler l'activité des produits. Ces relations ont donné naissance à la gamme *Capture Sculpt 10* chez Parfums Christian Dior en janvier 2005. Des travaux fondamentaux initiés il y a plusieurs années ont également permis de lancer le concept de l'hydratation cutanée via l'activation des Aquaporines cutanées, au sein de la gamme *Hydraction* qui a connu un succès immédiat. Ces protéines permettent les échanges et le transfert de molécules d'eau entre les cellules, et leur découverte a fait l'objet d'une distinction (Prix Nobel de Peter Agre en 2003). Ces protéines très particulières ont été identifiées pour la première fois dans la peau, par un travail de grande qualité coordonné par les équipes de LVMH Recherche. Le Prix Nobel de Chimie Peter Agre est venu rencontrer les équipes de LVMH Recherche en 2005 à Saint Jean de Braye, afin de partager sa vision des futures applications de ces Aquaporines dans des applications cosmétiques ou thérapeutiques.

Dans le domaine du maquillage, les principaux thèmes de recherche sont les interactions peau-lumière-matière, les nouveaux pigments à effets, les matériaux intelligents et les nouveaux polymères. Les partenariats en amont ont permis de développer de nouveaux effets colorés pour les « looks » et les animations 2005 des différentes marques du Groupe LVMH. L'innovation passe fréquemment par des transferts technologiques d'autres industries vers le domaine de la cosmétique : ainsi par exemple, des polymères utilisés dans les industries du sport et de la pharmacie ont permis de développer des concepts masaras *Tiffany Lash Pearls* (Givenchy) et *Diorshow Ice Pearl* (Dior).

Des études d'optimisations du pack et de la formule permettent d'innover en terme de produits. Ainsi un nouveau geste de maquillage pour le fond de teint par spray *Air Flash* (Dior), rupture technologique par rapport à l'application classique, a rencontré un succès immédiat auprès des consommatrices.

Enfin, des produits exceptionnels, présentés dans des objets splendides parfois associés à une nouvelle gestuelle, ont surpris et attiré de nouveaux consommateurs. Cela est particulièrement vrai pour le *Diorshow Powder*, le fond de teint compact *Diorsnow Pure*, pour le Mascara waterproof ou le fond de teint *Diorskin Sculpt* dont les teintes ont été ajustées aux besoins des consommatrices. Cela est également vérifié dans le cas du rouge à lèvres *KissKiss* et du maquillage *Fleur de Teint* pour Guerlain, ou des masaras *Eyefly* pour Givenchy.

L'innovation, particulièrement dynamique en terme de produits en 2005, ne doit pas occulter les grands projets de recherche amont qui vont donner naissance aux produits commerciaux des années à venir. Ces programmes très ambitieux permettent d'imaginer des produits toujours plus innovants, sur des thématiques où LVMH Recherche sera encore en avance sur ses concurrents. Après les technologies telles que les liposomes (utilisées dans la gamme *Capture*), les technologies des anti-sens (utilisées dans la gamme *Diorsnow*), la technologie des Aquaporines (utilisée en 2005 dans la gamme *Hydraction*), les technologies de rupture à venir permettront d'obtenir des succès commerciaux, dans le domaine du soin comme dans celui du maquillage.

3.3 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2005, pour cette activité, environ 7 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 15 millions d'euros de sous-traitance logistique.

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

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

4. MONTRES ET JOAILLERIE

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH regroupe un portefeuille de marques horlogères de premier plan et aux positionnements très complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Zenith, manufacture de haute horlogerie réputée pour son mouvement El Primero, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la Maison de couture, Chaumet, prestigieux joaillier historique de la place Vendôme, Fred, créateur de bijoux contemporains et 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 2005 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 multimarques afin d'améliorer la satisfaction de sa clientèle. LVMH Montres et Joaillerie dispose d'une organisation territoriale couvrant tous les marchés européens, le continent américain, le Nord de l'Asie, le Japon et la région Asie-Pacifique.

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

En 2005, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 573 millions d'euros, soit 4 % des ventes totales de LVMH.

4.1 Les marques du Groupe Montres et Joaillerie

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

Les Montres Dior, dont LVMH est le licencié exclusif, appartiennent à la catégorie des montres de mode. Elles sont fabriquées en Suisse par les Ateliers Horlogers. Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Riva*, *Chris 47*, *Sparkling*, *Malice* et *Chrystal*, dont le style est 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 (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 les boutiques de Londres, New York et Los Angeles et dans sept « shop in the shop » dans les grands magasins japonais, français et anglais.

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

4.2 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance ne représente ainsi en 2005 que 12 % 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 2005, TAG Heuer a réalisé dans sa propre filiale industrielle Cortech en Suisse près d'un tiers des boîtes nécessaires à sa production.

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

5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Les activités de Distribution sélective ont pour vocation de promouvoir un environnement approprié à l'image et au statut des marques de luxe. Leurs activités se développent en Europe, en Amérique du Nord 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 2005, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 3 648 millions d'euros, soit 26 % des ventes totales de LVMH.

5.1 L'activité « travel retail »

DFS

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

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

Depuis sa création en 1961 en qualité de concessionnaire de produits hors taxes au sein de l'aéroport de Kai Tak à Hong Kong, DFS a acquis une connaissance approfondie des besoins de la clientèle

des voyageurs, a bâti de solides partenariats avec les tour operators japonais et internationaux et a considérablement développé son activité, tout particulièrement au sein des destinations touristiques situées dans la région Asie-Pacifique.

La stratégie du Groupe DFS est fondée en priorité sur le développement et la promotion de ses magasins Galleria de centre-ville, qui assurent aujourd'hui la majorité de 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, Celine...) et un complexe de loisirs et d'achat de souvenirs.

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

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline, dont l'acquisition a été réalisée par LVMH en janvier 2000, est une société américaine fondée en 1963, leader mondial de la vente de produits de luxe hors taxes à bord des navires de croisière. Elle fournit ses services à plus de 70 bateaux représentant une dizaine de compagnies maritimes. Elle édite, en outre, des revues touristiques, des catalogues et fiches publicitaires disponibles à bord des navires.

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

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

5.2 L'activité « selective retail »

Sephora

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

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie, notamment Marie-Jeanne Godard et les sociétés italiennes Laguna, Boidi et Kharys. Sephora dispose aujourd'hui de 436 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 117 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, sephora.com, et 2 magasins au Canada. Sephora s'est implantée en Chine en 2005 avec l'ouverture de 3 magasins à Shanghai.

Le Bon Marché

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

Le Bon Marché dispose d'un département alimentaire, La Grande 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 renforcer l'identité du Bon Marché. Reconnu pour sa politique d'assortiment et de service très exigeante, Le Bon Marché s'est aujourd'hui imposé comme le grand magasin le plus exclusif et le plus créatif de Paris.

La Samaritaine

Fondée en 1870, la Samaritaine est, comme Le Bon Marché, l'un des plus anciens grands magasins de Paris. LVMH a acquis 55 % du capital de la Samaritaine en janvier 2001.

Pour des raisons de sécurité et en application du principe de précaution, la Samaritaine a été conduite à fermer son magasin au public à compter du mois de juin 2005. Sur la base des conclusions de plusieurs bureaux d'études et après consultation des institutions

représentatives du personnel, la décision a été prise de maintenir le magasin fermé pendant toute la durée des travaux de mise en sécurité et conformité. À l'issue de ceux-ci, la vocation commerciale du site sera perpétuée, l'ambition de la Direction de la Samaritaine étant, au-delà de la remise aux normes techniques, de créer un ensemble commercial d'envergure, présentant d'incontestables qualités architecturales, adapté à l'environnement urbanistique et aux modes de consommation du XXI^e siècle.

6. AUTRES ACTIVITÉS

En 2005, 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.

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

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ EN 2005 ET PERSPECTIVES	21
1.1 COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT	21
1.2 VINS ET SPIRITUEUX	23
1.3 MODE ET MAROQUINERIE	26
1.4 PARFUMS ET COSMÉTIQUES	28
1.5 MONTRES ET JOAILLERIE	30
1.6 DISTRIBUTION SÉLECTIVE	32
2. FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE	34
2.1 FACTEURS DE RISQUES GÉNÉRAUX	34
2.2 RISQUES INDUSTRIELS ET ENVIRONNEMENTAUX	35
2.3 ASSURANCES ET COUVERTURES DES RISQUES	36
3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE	37
3.1 RISQUES DE MARCHÉ	38
3.2 VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	39
3.3 STRUCTURE FINANCIÈRE	40
4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	40
4.1 DÉPENSES DE COMMUNICATION	41
4.2 FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	41
4.3 INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS ET DANS LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION	41
5. DONNÉES SOCIALES	41
5.1 RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF	41
5.2 TEMPS DE TRAVAIL	44
5.3 RÉMUNÉRATION	45
5.4 FORMATION ET RELATIONS PROFESSIONNELLES	45
5.5 RELATIONS AVEC LES TIERS	47
5.6 RESPECT DES CONVENTIONS INTERNATIONALES	48
6. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT	48
6.1 CONSOMMATION D'EAU, MATIÈRES PREMIÈRES ET ÉNERGIE	49
6.2 UTILISATION DES SOLS ; ÉMISSIONS DANS L'AIR, L'EAU ET LE SOL	51
6.3 MESURES PRISES POUR LIMITER LES ATTEINTES AUX ESPÈCES ANIMALES ET VÉGÉTALES PROTÉGÉES	54
6.4 ORGANISATION DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT AU SEIN DU GROUPE	54

(suite page suivante)

	<i>Page</i>
7. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES	57
8. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	59
9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS A LA CLÔTURE	59

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ EN 2005 ET PERSPECTIVES

1.1 Commentaires sur le compte de résultat

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2005	2004
Vins et Spiritueux	2 644	2 259
Mode et Maroquinerie	4 812	4 366
Parfums et Cosmétiques	2 285	2 128
Montres et Joaillerie	573	493
Distribution sélective	3 648	3 276
Autres activités et éliminations	(52)	(41)
Total consolidé	13 910	12 481

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2005	2004
Vins et Spiritueux	869	813
Mode et Maroquinerie	1 467	1 309
Parfums et Cosmétiques	173	150
Montres et Joaillerie	38	7
Distribution sélective	347	238
Autres activités et éliminations	(151)	(145)
Total consolidé	2 743	2 372

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2005	2004
France	15	16
Europe (hors France)	20	20
États-Unis	27	27
Japon	14	15
Asie (hors Japon)	17	15
Autres marchés	7	7
Total consolidé	100	100

Les ventes de l'exercice 2005 s'élèvent à 13 910 millions d'euros, en croissance de 11 % par rapport à l'exercice précédent. Les variations de périmètre et des parités monétaires au cours de l'exercice n'ont pas eu d'effet sur cette évolution.

Les principales variations de périmètre sont les suivantes : dans les Vins et Spiritueux, consolidation de Glenmorangie à compter

du 1^{er} janvier 2005 et prise en compte des effets du contrat de distribution des produits de Grand Marnier aux États-Unis, à la suite des accords passés avec Diageo en 2004, sur la totalité de l'exercice 2005 ; dans l'activité Mode et Maroquinerie, cession de Christian Lacroix en janvier 2005 ; dans la Distribution sélective, arrêt de l'activité du grand magasin la Samaritaine pour raisons de sécurité en juin 2005.

La ventilation des ventes entre les différentes devises de facturation évolue peu : le poids de l'euro baisse de 1 point à 30 % ; le poids du yen reste stable à 15 %, de même pour le Hong Kong dollar à 3 % et les autres devises à 20 % ; le dollar US progresse de 1 point pour s'établir à 32 %.

Les ventes par zone géographique de destination, en pourcentage du total des ventes, évoluent de la façon suivante : la part de la France diminue de 16 %, en 2004, à 15 % en 2005 ; le Japon baisse également de 15 % à 14 % ; à l'inverse, l'Asie hors Japon progresse de 2 points à 17 % ; les États-Unis, l'Europe, et les autres marchés restent stables à 27 %, 20 %, et 7 % respectivement.

Le poids relatif de chaque métier du Groupe dans les ventes évolue peu : stabilité de la Mode et Maroquinerie, de la Distribution sélective et des Montres et Joaillerie avec respectivement 35 %, 26 % et 4 % des ventes ; les Parfums et Cosmétiques baissent de 1 point, leur part évoluant de 17 % à 16 %, et les Vins et Spiritueux progressent de 1 point, de 18 % à 19 %.

La croissance organique à taux de change et périmètre constants des ventes de l'activité Vins et Spiritueux est de 11 %, et de 17 % en données publiées grâce à une augmentation des volumes du Champagne de 4 % et de 9 % du Cognac. En 2005, le groupe d'activités a intégré le whisky Glenmorangie. Les plus fortes progressions des ventes proviennent du Japon pour le Champagne, et des pays d'Asie, notamment la Chine continentale, pour le Cognac.

La croissance organique des ventes des activités Mode et Maroquinerie est de 12 %, et de 10 % en données publiées. La croissance organique des ventes de Louis Vuitton est à deux chiffres. L'année a également été marquée par une très forte progression des ventes de Fendi. Pour l'ensemble des marques de ce groupe d'activités, les performances les plus remarquables ont été enregistrées en Asie, en Europe et aux États-Unis.

Les ventes de l'activité Parfums et Cosmétiques affichent une croissance organique de 7 % égale à celle publiée. Toutes les marques de parfums contribuent à cette croissance, en particulier Parfums Christian Dior grâce au succès des nouveaux parfums *Miss Dior Chérie* et *Dior Homme*. Les lignes de soin et de maquillage

de toutes les marques sont également en progression sensible. Les pays d'Asie montrent les croissances les plus importantes.

La croissance organique des ventes des activités Montres et Joaillerie s'établit à 17 %, et à 16 % en données publiées. Les plus fortes progressions sont réalisées aux États-Unis où TAG Heuer et Zenith ont les meilleures performances, l'ensemble des marques du groupe d'activités affichant également d'excellentes performances en Asie.

La croissance organique des ventes de la Distribution sélective est de 13 % et de 12 % en données publiées ; la fermeture pour raisons de sécurité du grand magasin parisien la Samaritaine a eu un effet négatif de 2 points sur l'évolution des ventes, alors que l'effet devises est de 1 point positif. En raison de la bonne activité du tourisme, la croissance des ventes de DFS est à deux chiffres. Les ventes de Sephora poursuivent leur progression en Europe et aux États-Unis avec, sur ce marché, une croissance à deux chiffres, à nombre de magasins comparable.

Au sein des Autres activités, les ventes du pôle Média gérées par DI Group restent stables par rapport à 2004, alors que les ventes du joint-venture De Beers LV progressent fortement, en liaison avec le développement de son réseau de boutiques.

La marge brute du Groupe s'élève à 8 909 millions d'euros, en croissance de 10 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur ventes est de 64 %.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 4 892 millions d'euros, sont en augmentation de 8 % ; cette évolution, qui est identique à taux de change et périmètre constants, a pour origine le développement du réseau de boutiques, notamment de Louis Vuitton et Sephora, ainsi que la poursuite des investissements en communication des principales marques.

Les charges administratives sont de 1 274 millions d'euros, soit une hausse de 4 % en données publiées et identique à taux de change et périmètre constants ; elles représentent 9 % du montant des ventes soit 1 point de baisse par rapport à 2004, en raison de la poursuite des efforts de productivité.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 2 743 millions d'euros, en croissance de 16 % ; à devises et effets de couverture de change constants, cette progression serait de 22 %. Cette évolution, supérieure de 11 points à celle des ventes, a pour origine une croissance de la marge brute et la maîtrise des frais de fonctionnement. Le taux de marge opérationnelle, résultat opérationnel courant sur ventes, s'établit à 20 %, en hausse de 1 point par rapport à 2004.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à l'exercice précédent, est négatif de 150 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices, la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition

du Groupe aux différentes devises, et l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone euro.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Vins et Spiritueux s'établit à 869 millions d'euros, en croissance de 7 % par rapport à 2004. Cette performance résulte de l'augmentation des ventes en volume et d'une politique de prix conforme au positionnement haut de gamme des produits du Groupe ; ces effets positifs ont plus que compensé l'impact négatif des variations monétaires sur le résultat.

L'activité Mode et Maroquinerie affiche un résultat opérationnel courant de 1 467 millions d'euros, en croissance de 12 % par rapport à l'exercice précédent. Les variations monétaires ont eu un effet négatif sur les résultats de cette activité, compensé par la croissance des résultats de Louis Vuitton et par une amélioration des performances de Fendi, Loewe et Donna Karan International.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Parfums et Cosmétiques est de 173 millions d'euros, soit une progression de 15 %. Le succès des derniers lancements réalisés par Parfums Christian Dior a permis d'enregistrer une croissance forte du résultat. Le résultat de Guerlain est également en forte amélioration.

Le résultat opérationnel courant des Montres et Joaillerie est en forte croissance : de 7 millions d'euros en 2004, il est de 38 millions d'euros en 2005. La croissance des ventes de TAG Heuer a fortement contribué à la progression des résultats du groupe d'activités ; les résultats de Chaumet et Zenith se redressent conformément aux objectifs.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Distribution sélective est de 347 millions d'euros, soit une croissance de 46 % par rapport à 2004. Les résultats de DFS continuent à s'améliorer, et la rentabilité de Sephora progresse sensiblement, à la fois en Europe et aux États-Unis.

Le résultat opérationnel courant des Autres activités et éliminations s'établit à - 151 millions d'euros ; il était de - 145 millions d'euros en 2004. Outre les frais de siège, cette rubrique inclut les investissements du pôle Média, et le joint-venture constitué avec De Beers, qui poursuit ses investissements commerciaux et de communication.

Les autres produits et charges opérationnels s'établissent à - 221 millions d'euros ; ils étaient de - 199 millions d'euros en 2004. À fin décembre 2005, cette rubrique inclut une charge de 179 millions d'euros, liée à la nécessité de fermer au public le magasin parisien de la Samaritaine en vue de réaliser d'importants travaux de mise en sécurité et conformité. La charge de 179 millions mentionnée ci-dessus inclut une première évaluation du plan de sauvegarde de l'emploi ayant recueilli l'avis favorable du comité d'entreprise de la Samaritaine le 6 février 2006 et fait l'objet d'un accord majoritaire avec les organisations syndicales le même jour. Les immobilisations incorporelles ainsi que les agencements et

aménagements du magasin ont fait l'objet d'un amortissement exceptionnel pour la totalité de leur valeur au bilan ; l'ensemble des pertes sur stocks de marchandises ainsi que les charges consécutives à la caducité des contrats avec les partenaires commerciaux ont également fait l'objet d'une estimation, de même que les frais de mise en sécurité immédiate et les frais divers de gestion du site.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 2 522 millions d'euros, en croissance de 16 % par rapport à 2004.

Le résultat financier de l'exercice s'établit à - 143 millions d'euros ; il était de - 220 millions d'euros pour l'exercice précédent. Le coût de la dette financière est en baisse par rapport à 2004 ; le coût financier des couvertures du risque de taux a peu d'effet à fin décembre 2005 ; le coût financier des couvertures de change a un effet négatif d'environ 80 millions d'euros sur le résultat financier de l'exercice, du fait notamment du renforcement de la parité du dollar US vis-à-vis de l'euro sur l'exercice 2005 ; par ailleurs, le montant des plus-values sur cession de titres, ainsi que les dividendes reçus de participations non consolidées sont en sensible augmentation par rapport à 2004.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 30 % en 2005 ; il était de 27 % en 2004. L'augmentation du taux d'imposition sur l'exercice a principalement pour origine une modification du régime fiscal des Titres à Durée Indéterminée apportée par la Loi de Finances 2006 ; hors cette charge, le taux effectif d'impôt de l'année 2005 ressort à 27 %.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence s'établit à 7 millions d'euros en 2005 ; elle était de - 14 millions d'euros en 2004 ; ce dernier montant intégrait une dépréciation de titres à hauteur de 15 millions d'euros.

La part des intérêts minoritaires s'élève à 228 millions d'euros en 2005 ; elle était de 208 millions en 2004. Cette progression a essentiellement pour origine l'amélioration des résultats de DFS et la progression des résultats de Moët Hennessy, compensées par l'effet des charges et provisions comptabilisées au titre de la Samaritaine.

À fin décembre 2005, le résultat net part du Groupe s'élève à 1 440 millions d'euros, en croissance de 21 % par rapport à l'exercice précédent ; il représente 10 % des ventes de l'exercice.

1.2 Vins et spiritueux

	2005	2004
Ventes en volume <i>(en millions de bouteilles)</i>		
Champagne	55,2	53,0
Cognac	50,5	46,5
Autres spiritueux	27,9	6,0
Vins tranquilles et pétillants	31,6	30,6
Ventes par zone géographique de destination <i>(en %)</i>		
France	9	9
Europe (hors France)	27	26
États-Unis	33	35
Japon	9	9
Asie (hors Japon)	13	12
Autres marchés	9	9
Total	100	100
Ventes <i>(en millions d'euros)</i>	2 644	2 259
Résultat opérationnel courant <i>(en millions d'euros)</i>	869	813
Marge opérationnelle <i>(en %)</i>	33	36
Investissements opérationnels <i>(en millions d'euros)</i>	100	69

Faits marquants

Le groupe d'activités Vins et Spiritueux enregistre une croissance organique de ses ventes de 11 % et un résultat opérationnel courant en progression de 7 % dans un contexte monétaire défavorable.

Les ventes de l'ensemble Champagne et Vins affichent une croissance organique de 10 %.

Le cognac Hennessy confirme son dynamisme avec des volumes en hausse de 9 %. La croissance organique des ventes de cognac et spiritueux s'élève à 13 %.

Moët Hennessy réalise l'acquisition de la société écossaise Glenmorangie Plc en début d'année 2005 puis reprend la distribution de ses marques de whisky malt sur la quasi-totalité des pays du monde.

Moët Hennessy prend le contrôle opérationnel de la société Millennium (vodkas Belvedere et Chopin) par l'acquisition des 30 % restants de son capital.

Principaux développements

Les marques de vins et spiritueux de LVMH sont servies par un réseau de distribution international puissant. La stratégie du Groupe est centrée sur les segments haut de gamme du marché. Numéro un mondial du champagne, LVMH détient également une activité de vins pétillants et tranquilles élaborés hors de France et issus des régions viticoles les plus renommées. Le Groupe

est également leader mondial du cognac avec Hennessy et, en complément de cette activité historique, développe sa présence dans le domaine des spiritueux de luxe.

Grâce à la stratégie mise en place par ses équipes, le groupe d'activités Vins et Spiritueux a continué en 2005 de renforcer le leadership de ses marques stars sur ses marchés clés. Une nouvelle avancée rendue possible par les bonnes performances qu'ont réalisées les marques et par l'efficacité du puissant réseau mondial de distribution de Moët Hennessy.

La croissance des ventes de champagne de 4 % en volume s'est accompagnée de hausses de prix mises en place dans l'ensemble des marchés clés et de la poursuite de la stratégie d'amélioration du mix produits. La croissance du cognac Hennessy est particulièrement marquée sur les qualités supérieures et les marchés clés tels que les États-Unis et la Chine.

Champagne et vins

En Champagne, Moët & Chandon a confirmé son dynamisme et conforté son rang de leader mondial. La marque a consolidé ses positions dans ses marchés traditionnels en Europe de l'Ouest et enregistré des croissances à deux chiffres dans ses nouveaux marchés tels que l'Europe de l'Est et l'Asie. La croissance s'est révélée particulièrement remarquable au Japon et en Chine, qui sont pour le champagne de nouveaux territoires en pleine expansion. La vitalité du Moët Rosé, dont les ventes continuent de croître significativement sur tous les marchés, a également contribué aux performances de Moët & Chandon.

Dom Pérignon a connu une croissance soutenue de ses ventes et de ses prix dans ses trois grands marchés, les États-Unis, le Japon et l'Europe. L'exceptionnelle qualité du millésime Dom Pérignon 1998, dévoilé en 2005, a été unanimement saluée.

La Maison Ruinart a connu une année 2005 florissante, aussi bien en termes de réussite commerciale que sur le plan de l'image. La marque a recueilli les fruits de sa stratégie de valorisation privilégiant les cuvées premium et a développé sa stature internationale : désormais bien implantée au Royaume-Uni, en Allemagne et en Italie, Ruinart est devenue l'une des marques phares du champagne en Russie et a entrepris la conquête du Japon et des États-Unis.

Mercier, dont la stratégie est avant tout centrée sur le marché français, a poursuivi le développement de sa présence dans la restauration traditionnelle grâce à son programme original, « Les lieux de Toujours ».

Veuve Clicquot a réalisé de très bonnes performances avec une dynamique particulièrement soutenue aux États-Unis où la marque bénéficie d'une forte demande, mais aussi au Royaume-Uni, en Italie, en Australie et au Japon. Le grand succès du Veuve Clicquot Rosé non millésimé, nouveau champagne lancé au Japon en 2004, s'est confirmé en 2005. Il sera lancé mondialement en 2006 afin de

bénéficier pleinement de la croissance d'un segment de marché qui est actuellement le plus dynamique pour le champagne.

Krug a de nouveau connu une excellente année, confirmant le succès de son repositionnement et son aptitude à séduire un public plus ouvert que par le passé. En concentrant ses investissements sur ses marchés stratégiques - États-Unis, Japon, Italie et Royaume-Uni -, Krug a enregistré une croissance à la fois en volume et en valeur. Sa progression s'est avérée particulièrement remarquable aux États-Unis avec des volumes en hausse à deux chiffres pour la quatrième année consécutive dans un contexte d'augmentation significative des prix.

Moët Hennessy Wine Estates, qui regroupe depuis le 1^{er} janvier 2004 les vins du Nouveau Monde (Australie, Nouvelle-Zélande, Californie, Argentine et Brésil) a connu une croissance à deux chiffres de ses ventes pour la seconde année consécutive. Les États-Unis, devenus le premier marché mondial du vin, ont fortement contribué à cette avancée. Moët Hennessy Wine Estates a également bénéficié du développement de la consommation de vin en Asie et en Europe du Nord. Les vins effervescents vendus sous la marque Chandon ont consolidé leurs positions de leaders « super premium » au sein de leurs marchés locaux respectifs. Les vins tranquilles, tels que Terrazas de los Andes en Argentine et Cloudy Bay en Nouvelle-Zélande, ont poursuivi leur développement et ont étendu leur distribution à l'international.

Château d'Yquem a renforcé en 2005 son statut de plus prestigieux vin de Sauternes grâce à la commercialisation d'un millésime d'anthologie très attendu, le Château d'Yquem 2001, dont la sortie savamment orchestrée a déclenché l'enthousiasme des acheteurs du monde entier. Pour la seconde année consécutive, Château d'Yquem a présenté son primeur 2004 aux prescripteurs nationaux et internationaux, campagne qui a remporté un franc succès.

Cognac et spiritueux

Leader incontesté du cognac, Hennessy a connu en 2005 une croissance de 9 % de ses ventes en volume.

Aux États-Unis, premier marché contributeur de la Maison, Hennessy demeure au premier rang en volume et en valeur de la catégorie cognac. La marque a tiré parti de trois vecteurs de croissance : la hausse de la consommation de V.S, la poursuite d'une croissance à deux chiffres pour le V.S.O.P et la mise en œuvre d'opérations qualitatives qui ont permis à la gamme Prestige de rencontrer un vif succès dans les établissements de luxe.

En Asie, l'année 2005 a été marquée par une croissance exceptionnelle, particulièrement en Chine, pays qui se positionne de plus en plus comme un relais de croissance significatif et qui est déjà le plus gros marché du X.O pour Hennessy. Au Japon, où le marché des spiritueux bruns est en baisse, Hennessy a maintenu sa stratégie de valeur axée sur le X.O et la gamme Prestige qui ont enregistré des croissances en volume à deux chiffres.

Au sein des pays européens, la Russie confirme son potentiel. Hennessy y bénéficie d'un fort pouvoir d'attraction et d'une rentabilité élevée. Hennessy V.S maintient son exceptionnelle part de marché en Irlande.

Moët Hennessy a réalisé l'acquisition de Glenmorangie plc. en début d'année 2005. Cette société possède trois marques internationales de whisky malt écossais de très grande qualité, Glenmorangie, Glen Moray et Ardbeg. Moët Hennessy a également pris le contrôle opérationnel de la société Millennium, ce qui permettra d'intensifier le développement de la marque de vodka Belvedere dans le monde.

L'intégration de Glenmorangie, tout au long de l'année 2005, s'est déroulée avec succès. La priorité a été donnée au développement rapide de synergies avec les équipes de Moët Hennessy. La distribution des marques de whisky de Glenmorangie a ainsi été reprise et intégrée au réseau de Moët Hennessy dans la quasi-totalité des pays du monde. Cette initiative a permis d'améliorer les marges dans la plupart des grands marchés. La marque Glenmorangie a par ailleurs rehaussé son positionnement et augmenté ses prix dans la plupart des marchés clés, mouvement qui se poursuivra en 2006. Elle a en outre été lancée sur de nouveaux marchés en plein développement en Europe Centrale, Europe de l'Est et Amérique Latine.

Distribution

Le groupe Vins et Spiritueux a continué de renforcer son réseau mondial de distribution par la création de nouvelles filiales en Europe et la poursuite de l'intégration du réseau aux États-Unis via la création de Moët Hennessy USA. Aux États-Unis, toutes les marques bénéficient désormais de l'attention et de la force d'une équipe qui leur est dédiée chez les distributeurs américains.

Politique d'innovation

La capacité d'innovation, fortement cultivée par les marques de vins et spiritueux de LVMH car elle est un facteur essentiel de croissance, s'est particulièrement illustrée en 2005.

En témoigne par exemple le succès des offres saisonnières de Moët & Chandon proposées en séries limitées, « Moët Flower » au printemps, « Moët Summer » en été et « Moët Crystallised » en fin d'année, en association avec Swarovski. Ces offres ont donné à la marque une forte visibilité dans les principaux points de vente créateurs d'image à travers le monde.

Fidèle à sa créativité et à son image d'audace, Veuve Clicquot a lancé le « Clicquot Traveller », un élégant sac isotherme renfermant une bouteille de Brut Carte Jaune et deux flûtes. La Maison a également modernisé l'habillage de ses millésimes et a poursuivi son partenariat avec Pucci pour La Grande Dame.

Hennessy imagine pour sa gamme Prestige, dans les points de vente sélectifs et les établissements de luxe, des modes de consommation innovants fondés sur une ritualisation de la dégustation. Un lancement exceptionnel a été réservé à la série limitée Private Reserve 1865.

La volonté de créativité et d'innovation de Moët Hennessy s'est exprimée tout particulièrement au travers du lancement sur le marché américain d'un nouveau produit de grand luxe : 10 Cane, un rhum artisanal issu du jus de canne de première pression. 10 Cane est élaboré sur l'île de Trinidad, terroir idéal en raison de la qualité de ses sols volcaniques et de son ensoleillement parfait. Il bénéficie de l'utilisation du savoir-faire de Moët Hennessy à chaque étape de production. Son ambition est d'être le meilleur rhum du marché. 10 Cane a été lancé à New York au printemps 2005 puis dans le reste du territoire nord-américain.

Communication

Les efforts de communication destinés à renforcer le rayonnement des marques du groupe d'activités ont été poursuivis tout au long de l'année.

La stratégie de communication de Moët & Chandon a fait l'objet d'une refonte autour d'un nouveau positionnement global qui se décline à l'international avec l'exploitation du thème « Be Fabulous » qui exprime avec force les valeurs de la marque – panache, leadership et universalité. Lancée fin 2005 en Europe et en Asie, la première campagne de communication globale de la marque sera étendue aux États-Unis et au Japon début 2006.

À l'occasion du lancement du Millésime 1998 de Dom Pérignon, la première campagne de communication globale de la marque a été confiée à Karl Lagerfeld et présentée lors d'un événement de lancement mondial en juin 2005 à New York. La nouvelle image de Dom Pérignon lui confère une visibilité à 360° : campagne de publicité internationale, expositions dans les vitrines de cavistes et grands magasins, site Internet dédié, reprise de l'événement dans la presse mondiale.

L'efficacité des actions publicitaires de Hennessy a fortement contribué à stimuler sa croissance. Aux États-Unis, un programme publi-promotionnel qualitatif et diversifié est mis en œuvre. En Chine, la marque soutient V.S.O.P Privilège, son principal vecteur de croissance, par d'importants investissements marketing, en particulier une campagne publicitaire percutante lancée à l'occasion des fêtes du Nouvel An Chinois.

Perspectives

En 2006, le groupe d'activités Vins et Spiritueux poursuivra avec constance sa stratégie de valeur. Cette stratégie continuera de s'appuyer notamment sur une volonté constante de formation des collaborateurs, sur des investissements publi-promotionnels importants et sur une politique de prix soutenus. L'accent sur l'innovation et le renforcement de l'image des marques sera maintenu dans les marchés stratégiques.

Le portefeuille de marques, distribué par des équipes au savoir-faire éprouvé, permettra de renforcer la position de leader dont jouit LVMH dans l'univers des vins et spiritueux de luxe.

1.3 Mode et Maroquinerie

	2005	2004
Ventes par zone géographique de destination (en %)		
France	9	10
Europe (hors France)	17	16
États-Unis	22	22
Japon	30	31
Asie (hors Japon)	18	16
Autres marchés	4	5
Total	100	100
Ventes (en millions d'euros)	4 812	4 366
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)		
Ventes au détail	50	46
Ventes de gros	35	38
Licences	8	8
Autres	7	8
Total	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 467	1 309
Marge opérationnelle (en %)	30	30
Nombre de magasins		
Louis Vuitton	345	340
Autres marques	546	556
Total	891	896
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	302	253

Faits marquants

Le groupe Mode et Maroquinerie enregistre en 2005 une croissance organique de ses ventes de 12 % et une progression de 12 % de son résultat opérationnel courant. Il renforce de nouveau ses parts de marché.

Louis Vuitton place l'année 2005 sous le signe du savoir-faire et de l'innovation : après un an de travaux de rénovation et d'agrandissement, son atelier historique d'Asnières rouvre ses portes en janvier ; la Maison Louis Vuitton des Champs-Élysées est inaugurée en octobre et rencontre un succès sans précédent ; au cours de l'année, la marque lance trois nouvelles lignes de maroquinerie et sa première collection de lunettes.

Avec une forte progression de ses ventes, Fendi recueille les fruits de sa nouvelle stratégie et confirme ses excellentes perspectives à moyen terme. Symbole de son nouvel élan et de la volonté d'accélérer le développement de la marque italienne, le « Palazzo Fendi » est inauguré à Rome en mai 2005.

Principaux développements

Louis Vuitton, Donna Karan, Fendi, Loewe, Celine, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda et Stefanobi composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de marques nées de part et d'autre de l'Atlantique dispose de 891 magasins dans le monde. Tout en respectant l'identité et le positionnement créatif des marques ainsi rassemblées, LVMH soutient leur développement en mettant à leur disposition des ressources communes. L'activité du site Internet e-Luxury.com aux États-Unis est également consolidée au sein du groupe Mode et Maroquinerie.

En 2005, LVMH a de nouveau accru ses parts de marché dans le secteur de la mode et de la maroquinerie de grande qualité. Cette avancée a été réalisée grâce aux excellentes performances de Louis Vuitton et à la progression de plusieurs marques développées au sein du groupe d'activités dont les ventes ont enregistré une croissance organique à deux chiffres.

Le groupe Mode et Maroquinerie a poursuivi l'amélioration de son réseau de distribution. Des magasins stratégiques, par leur taille, leur emplacement et leur potentiel, ont été ouverts en Europe, aux États-Unis et en Asie.

Louis Vuitton

Louis Vuitton enregistre à nouveau en 2005 une croissance organique à deux chiffres de ses ventes. Avec de bonnes performances en Amérique du Nord, une croissance toujours soutenue en Europe, une accélération des ventes au Japon et la confirmation du succès de la marque en Asie, particulièrement dans le monde chinois, la marque phare du groupe d'activités a continué à gagner des parts de marché.

La forte croissance des ventes continue de s'accompagner d'une rentabilité hors du commun due à l'exceptionnelle attractivité de la marque, à la grande qualité de ses produits, et à la forte réactivité de l'organisation globale de l'entreprise.

Louis Vuitton a porté à 345 magasins fin 2005 la taille de son réseau de distribution. Celui-ci a bénéficié de cinq ouvertures nettes et de cinquante rénovations marquantes. Tout au long de l'année, des inaugurations majeures ont eu lieu à travers le monde : Hong Kong, Pékin, Las Vegas, Okinawa... la plus marquante étant incontestablement, en octobre 2005, celle de la Maison Louis Vuitton des Champs-Élysées à Paris, le plus surprenant magasin de luxe au monde. Cette ouverture, précédée d'une inauguration spectaculaire et très largement commentée dans les médias internationaux, constitue une occasion supplémentaire de placer Louis Vuitton sous le feu des projecteurs.

À l'automne 2005, Louis Vuitton a lancé une nouvelle version de son site Internet. Forte du succès de sa boutique en ligne en exclusivité sur e-Luxury.com aux États-Unis, la marque offre désormais la possibilité à la clientèle française d'acheter en ligne, à partir de son propre site, maroquinerie, montres et accessoires.

Placée sous l'auspice du savoir-faire de ses artisans, l'année 2005 est aussi pour Louis Vuitton une nouvelle démonstration de ses capacités de création et de renouvellement. La ligne Monogram Cerises en début d'année, puis les lignes Denim et Antigua et la création d'une collection Cruise de maroquinerie sont quelques illustrations de l'exceptionnelle dynamique de la marque et du succès des créations de Marc Jacobs.

Louis Vuitton a également enrichi ses lignes traditionnelles dont le succès ne se dément pas : le nouveau modèle Manhattan en toile Monogram est un best-seller ; la ligne de maroquinerie Damier accomplit d'excellentes performances en 2005. Le prêt-à-porter et les souliers enregistrent des progressions significatives. Dans le domaine des montres, le succès du développement de Tambour, avec Lovely Tambour, Tambour Régate dans la ligne Louis Vuitton Cup et Tambour Diving, s'est accompagné du lancement de la montre Speedy. La collection de joaillerie Emprise inaugurée en 2004 a réalisé de remarquables performances. Enfin, Louis Vuitton a lancé à l'automne 2005 sa première collection de lunettes, dévoilée au public lors de l'ouverture de la Maison des Champs-Élysées.

Avec le déploiement de deux campagnes très fortes incarnées par la star Uma Thurman, la communication de Louis Vuitton a renforcé son image dans le monde. La visibilité que lui confère le déroulement des premiers actes de la Louis Vuitton Cup, régates préparatoires en vue de l'America's Cup 2007, a par ailleurs contribué à accroître sa présence médiatique.

Fendi

Fendi accomplit un excellent parcours en 2005, année de son 80^e anniversaire. La marque italienne enregistre une croissance à deux chiffres de ses ventes qui, conjuguée au renforcement de son organisation et à l'accroissement de la productivité de ses magasins, entraîne une amélioration significative de sa rentabilité.

Les ventes de maroquinerie progressent fortement grâce à la vitalité des lignes traditionnelles Selleria et Double F et au succès des nouvelles créations. La ligne Spy, en particulier, séduit tellement la clientèle qu'elle suscite des listes d'attente. Les ventes de fourrure et de souliers sont également en forte hausse.

Fendi a poursuivi l'amélioration de son réseau de distribution. Ce travail s'est traduit en particulier par le réaménagement de vingt magasins selon le nouveau concept lumineux, contemporain et luxueux qui a été adopté pour exprimer les valeurs de la marque italienne. La célébration de son 80^e anniversaire a été marquée par l'inauguration à fort retentissement médiatique du Palais Fendi à Rome, puis d'un magasin phare à New York. Ces deux événements, largement relatés dans la presse, ont contribué, au même titre que la qualité de ses campagnes de communication, à accroître le rayonnement de la marque dans le monde. Des magasins phares ont également été ouverts à Osaka et à Hong Kong (rénovation).

Autres marques

Donna Karan recueille les fruits des efforts destinés à améliorer ses créations. Les ventes d'accessoires, produits recelant un fort potentiel de développement pour la marque, connaissent une forte croissance. Donna Karan tire également profit de la sélectivité accrue de sa distribution et de la mise en œuvre progressive d'un nouveau concept de boutique exclusive de taille mieux adaptée à son offre, à la fois plus productif et plus valorisant pour son image.

Donna Karan enregistre en 2005 un résultat opérationnel courant en amélioration, confirmant la pertinence de sa nouvelle stratégie et la qualité du travail de fond engagé par ses équipes depuis son entrée dans le Groupe LVMH.

Celine a développé son réseau de distribution avec en particulier l'ouverture d'une boutique à Florence et d'un second magasin phare à Tokyo. La marque a également renforcé sa présence en Corée. Elle a poursuivi le développement de ses lignes de maroquinerie, principalement ses best-sellers Boogie et Poulbot. Ivana Omazic a rejoint Celine en qualité de Directrice artistique.

Loewe continue de capitaliser sur ses racines espagnoles et son savoir-faire exceptionnel dans le travail des cuirs les plus nobles. Ses lignes phares de maroquinerie, Senda et Amazona, réalisent de bonnes performances. Le management de la marque a été renforcé début 2006 avec l'arrivée d'un nouveau Président, Monsieur Alberto Puyol Pineda, possédant une grande expérience du développement de marques à l'international.

L'année 2005 a permis de confirmer la vitalité du nouvel élan créatif généré par l'arrivée d'Antonio Marras en 2003 en qualité de Directeur artistique de Kenzo. La nouvelle ligne de prêt-à-porter Défilé, capitalisant sur le succès des présentations de ses collections, connaît des débuts commerciaux prometteurs. Kenzo a conclu de nouveaux partenariats pour les souliers Femme et les arts de la table.

L'arrivée de Riccardo Tisci à la Direction Créative de l'univers féminin de Givenchy a été saluée par des retombées importantes. La première collection de prêt-à-porter féminin a reçu un accueil très favorable. Le développement des accessoires est aujourd'hui l'une des priorités de Givenchy.

Thomas Pink a réalisé une bonne année, marquée par le succès de ses nouvelles collections, en particulier la ligne Traveller, la poursuite du déploiement de son nouveau concept de magasin et le développement de sa présence en Asie (Shanghai, Bangkok). En 2006, la marque poursuivra son expansion sur ces marchés et renforcera sa présence aux États-Unis.

Marc Jacobs a poursuivi sa rapide expansion avec de nouveau une forte croissance de ses ventes. Marque icône aux États-Unis, elle a renforcé son développement commercial au Japon et en Asie et prépare, pour 2006, son implantation en Europe.

Pucci a connu une excellente année, marquée par le développement de son réseau de distribution et l'arrivée d'un nouveau créateur de talent, Matthew Williamson. Sa mission le conduira à renforcer la création des produits les plus emblématiques et porteurs en termes de ventes des lignes de prêt-à-porter et d'accessoires de Pucci.

Berluti a réalisé une très bonne année en termes de développement créatif et commercial. La marque a lancé deux nouvelles lignes de souliers, Rapiécés et Intérieurs/Extérieurs, et une collection très originale de bagages légers. Elle a renforcé sa présence commerciale aux États-Unis et en Chine.

Perspectives

En 2006, Le groupe Mode et Maroquinerie a pour objectif de continuer à accroître ses parts de marché au travers d'une politique d'innovation soutenue et grâce à l'extension de son réseau de distribution.

Louis Vuitton dévoilera, lors de ses défilés de prêt-à-porter, de nouveaux produits de maroquinerie à fort impact : Suède, Monogram Perforé, nouvelles couleurs pour la toile Denim... La marque continuera de développer et améliorer son réseau de magasins. Elle renforcera sa présence internationale en s'implantant dans quatre nouveaux pays.

Fendi, qui a aujourd'hui établi des bases solides pour son développement, accentuera sa croissance et améliorera de nouveau sa rentabilité en 2006.

Les autres marques du groupe d'activités poursuivront les efforts consacrés à l'amélioration des différentes composantes de leur modèle de développement.

1.4 Parfums et Cosmétiques

	2005	2004
Ventes par ligne de produits (en %)		
Parfums	53	56
Maquillage	28	27
Produits de soins	19	17
Total	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)		
France	18	19
Europe (hors France)	40	40
États-Unis	9	9
Japon	8	8
Asie (hors Japon)	11	10
Autres marchés	14	14
Total	100	100
Ventes (en millions d'euros)	2 285	2 128
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	173	150
Marge opérationnelle (en %)	7,6	7,0
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	115	86
Nombre de magasins	43	43

Faits marquants

Le groupe Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance organique de ses ventes de 7 %, supérieure à la moyenne du marché, à laquelle ont contribué toutes ses marques. Son résultat opérationnel courant s'établit en hausse de 15 %.

La croissance des marques de LVMH est alimentée par le succès des lancements de parfums, les excellentes performances réalisées par les gammes de maquillage et le développement des lignes de soin.

Les marques de LVMH tirent parti de la forte dynamique des marchés asiatiques. En Europe, dans un environnement économique et un contexte de consommation moins favorables, nos marques phares gagnent des parts de marché en s'appuyant sur leur positionnement très haut de gamme. Aux États-Unis, elles poursuivent le redéploiement sélectif de leur distribution avec de premiers résultats positifs, gage d'une croissance future qualitative.

Les jeunes sociétés de cosmétiques en phase de développement maintiennent leur rythme de croissance rapide.

Principaux développements

LVMH est un acteur mondial majeur du secteur des parfums et cosmétiques sélectifs avec les grandes Maisons françaises Christian

Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. A cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent BeneFit Cosmetics et Fresh, deux jeunes entreprises américaines très innovantes et en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, développés pour la société espagnole de mode et maroquinerie, et Make Up For Ever, marque française spécialisée dans les produits de maquillage professionnel qui a entrepris avec succès d'élargir sa clientèle d'origine.

Dans un environnement empreint d'une forte concurrence, les ventes du groupe Parfums et Cosmétiques réalisent en 2005 une croissance organique supérieure à la moyenne du marché. Cette tendance est particulièrement significative pour Parfums Christian Dior, la marque phare du groupe d'activités.

Tandis que les grandes marques françaises de LVMH ont continué de gagner des parts de marché en s'appuyant à la fois sur une forte politique d'innovation et sur leurs grands classiques, les sociétés de taille plus modeste ont maintenu un rythme de développement rapide.

Ces performances ont permis au groupe Parfums et Cosmétiques, conformément à ses objectifs, d'enregistrer une bonne progression de son résultat opérationnel courant dans un contexte d'investissements commerciaux et publicitaires soutenus.

Parfums Christian Dior

Avec une croissance bien supérieure à la moyenne de son univers concurrentiel, Parfums Christian Dior continue de gagner des parts de marché. La marque accentue ses avancées en Asie : elle réalise des performances remarquables au Japon, où elle continue d'afficher la plus forte croissance parmi les marques internationales, et connaît une spectaculaire réussite sur les marchés chinois. Aux États-Unis, où elle s'attache à construire durablement une image plus qualitative et attirante, elle enregistre une forte progression au sein de la distribution beaucoup plus élitiste sur laquelle est désormais concentrée sa stratégie. L'Europe, malgré la morosité de la plupart des marchés en 2005, contribue également à sa croissance : grâce à la mise en avant de son statut de marque de luxe issue du monde de la Couture, au travers de ses créations et de la qualité de sa présence au sein de la distribution, Dior renforce son leadership en France et accroît ses parts de marché dans plusieurs pays européens.

La marque obtient de grandes réussites dans toutes ses catégories de produits : elle enregistre une croissance supérieure à celle du marché sur l'axe parfum, tant sur les féminins que sur les masculins ; pour la troisième année consécutive, elle réalise une performance exceptionnelle dans le domaine du maquillage ; l'axe soin est très significativement renforcé et bénéficie d'un nouveau packaging plus moderne et luxueux.

Dans le domaine du parfum, l'année a été particulièrement marquée par la réussite de Miss Dior Chérie et de Dior Homme. Ces deux expressions modernes de la marque développées en synergie avec la Couture, ont permis de séduire une catégorie de clientèle jeune et néanmoins à la recherche de vrais produits de luxe en réaction

à la banalisation qui affecte le marché. En Asie, le lancement de Dior Addict 2 a reçu un accueil extrêmement favorable.

L'exceptionnelle créativité des teintes, des textures, et des mises en scène déployées pour le maquillage Dior est aussi à l'origine de grands succès. Les nouveautés représentent environ 25 % des ventes. Véritable innovation technologique, Diorskin Airflash et sa brume aérosol ont révolutionné la gestuelle de l'application du fond de teint en la déplaçant sur le terrain du plaisir tout en permettant une modulation sur-mesure de la couvrance. Parmi d'autres produits de maquillage stars figurent la Princess Ring, lancée au printemps 2005, ou encore la gamme Backstage directement issue des tendances de la mode et de l'ambiance des défilés.

Dans le domaine du soin, l'année 2005 a été marquée, d'une part, par le développement de la gamme Capture spécialisée dans l'anti-âge avec trois initiatives majeures : le lancement de Capture Sculpt 10, programme fermeté lifting sur-mesure, le re-lancement de Capture R60/80 TM dans une formule associant l'éclat à la réduction des rides et Capture Anti-Taches D-30, nouvelle gamme ciblant la correction des taches brunes. Dior s'est d'autre part doté d'une nouvelle ligne, Hydraction, dont la marque entend faire un nouveau pilier de son offre et grâce à laquelle elle ambitionne de devenir un acteur incontournable sur le segment de l'hydratation comme elle l'est avec la ligne Capture sur celui de l'anti-âge.

Parfums Christian Dior a encore accru sa rentabilité en 2005 tout en accentuant ses investissements publicitaires et les efforts dédiés à la qualité de sa présence en points de vente.

Guerlain

Guerlain fait preuve d'un remarquable dynamisme en 2005, prolongeant l'essor constaté en 2004. Cette évolution confirme la pertinence de sa stratégie centrée sur la mise en avant de ses valeurs historiques de grand parfumeur. La marque continue à gagner des parts de marché dans ses pays stratégiques, en particulier en France et en Asie où sa progression est l'une des plus remarquables dans son univers concurrentiel. Sa croissance est particulièrement élevée en Asie continentale (Chine, Corée, Taiwan) et au Moyen-Orient.

En l'absence de lancement majeur dans le domaine du parfum, la croissance est principalement alimentée par les axes maquillage et soin. Guerlain réalise une année exceptionnelle en maquillage avec ses gammes phares Terracota et Météorites et bénéficie surtout du succès mondial de son nouveau rouge à lèvres KisKiss. L'année 2005 a également été marquée par l'accélération du développement de la gamme de soin, le lancement de deux nouvelles déclinaisons féminine et masculine de L'Instant de Guerlain, l'ouverture très attendue et médiatisée de la Maison Guerlain sur les Champs-Élysées et le déploiement du nouveau concept de vente en grands magasins.

Grâce à ses performances et à ses efforts d'amélioration de la rentabilité, Guerlain enregistre une forte progression de son résultat opérationnel courant.

Autres marques

Parfums Givenchy retrouve en 2005 une croissance de ses ventes avec un second semestre en forte hausse. La gamme de parfums Very Irresistible Givenchy est le principal moteur de cette avancée : les lancements de Very Irresistible pour Homme et de Very Irresistible Eau de Parfum, nouvelle version féminine, lui ont permis d'enregistrer une forte progression au plan mondial. Les lignes de maquillage et soin ont réalisé des performances particulièrement satisfaisantes en Russie, au Japon et en Amérique Latine.

Parfums Kenzo poursuit sa croissance avec une évolution très positive au Japon et sur le continent américain. En Europe, l'Espagne, la Russie et le Royaume-Uni enregistrent les meilleures progressions. La marque a bénéficié du lancement réussi du parfum féminin SummerbyKenzo. La ligne FlowerbyKenzo a été enrichie d'une nouvelle édition lancée pour Noël : FlowerbyKenzo Oriental. La ligne de soin Kenzoki a poursuivi son développement.

Make Up For Ever, l'une des marques favorites des maquilleurs professionnels, confirme sa percée auprès du grand public. Elle réalise une bonne année 2005, avec une forte amélioration de sa rentabilité.

Acqua di Parma et les jeunes marques américaines BeneFit Cosmetics et Fresh maintiennent leur rythme de croissance à deux chiffres. BeneFit Cosmetics affiche aux États-Unis et au Royaume-Uni l'une des plus fortes dynamiques de son univers concurrentiel et s'impose comme l'un des leaders du maquillage. Le début de son déploiement sur les marchés asiatiques (Corée puis marchés chinois) se révèle en outre très prometteur. Parfums Loewe conforte sa position en Espagne et poursuit son développement à l'international.

Perspectives

Le groupe Parfums et Cosmétiques a de bonnes perspectives de croissance et de renforcement de ses parts de marché en 2006.

Parfums Christian Dior a pour ambition d'accélérer encore son rythme de croissance en capitalisant sur toutes les initiatives concourant à renforcer son rayonnement de marque de luxe. Cette politique se traduira en particulier par le lancement de grands produits de soin et de maquillage et par un soutien particulier apporté à ses lignes phares, J'Adore, Poison, Miss Dior Chérie, Dior Homme et Fahrenheit.

Guerlain a également pour objectif d'accélérer sa croissance. Le lancement d'un nouveau grand parfum féminin et d'un nouveau soin majeur, Orchidée Impériale, ainsi que l'extension de la gamme KissKiss, seront les moments forts de l'année.

Parfums Givenchy lancera une initiative très originale au premier semestre, des versions millésimées de ses lignes Amarige, Organza et Very Irresistible et, au second semestre, un nouveau parfum féminin. Parfums Kenzo proposera des éditions de FlowerbyKenzo, sa ligne phare, interprétées par des artistes et un nouveau parfum féminin verra le jour au second semestre.

1.5 Montres et Joaillerie

	2005	2004
Ventes par zone géographique de destination (en %)		
France	8	9
Europe (hors France)	23	25
États-Unis	24	22
Japon	16	16
Asie (hors Japon)	15	14
Autres marchés	14	14
Total	100	100
Ventes (en millions d'euros)	573	493
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	38	7
Marge opérationnelle (en %)	6,6	1,4
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	18	19
Nombre de magasins	60	55

Faits marquants

Le groupe Montres et Joaillerie enregistre une croissance organique de ses ventes de 17 %, significativement plus élevée que la moyenne du marché tant en horlogerie qu'en joaillerie, et améliore fortement son résultat opérationnel courant.

S'appuyant sur ses fortes capacités d'innovation et sur une politique de communication ciblée, TAG Heuer continue de monter en puissance et d'accroître ses positions concurrentielles.

La Manufacture Zenith accentue sa percée sur le segment de la haute horlogerie et développe fortement ses ventes.

Le joaillier Chaumet poursuit une croissance très soutenue dans ses pays cibles, tant en joaillerie qu'en horlogerie.

Lancée au second semestre, la montre *Christal* de Dior, conçue en collaboration avec John Galliano, créateur de la couture Dior, enregistre des débuts très prometteurs.

De nouveaux accords de distribution sont mis en place en Chine, important relais de croissance, pour TAG Heuer, Zenith et les Montres Dior.

Les premières boutiques De Beers sont ouvertes aux États-Unis.

Principaux développements

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH rassemble un portefeuille de marques de montres et joaillerie de premier plan aux positionnements clairs et complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Zenith, manufacture de haute horlogerie réputée pour son mouvement El Primero, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la maison de couture, Chaumet,

prestigieux joaillier historique de la place Vendôme, Fred, créateur de bijoux contemporains et Omas, créateur italien d'instruments d'écriture. De Beers*, joint-venture créé en juillet 2001, affirme son positionnement de joaillier diamantaire.

Le redressement financier énergique effectué en 2004 s'est poursuivi en 2005. Conformément à ses objectifs, le groupe Montres et Joaillerie enregistre une croissance organique de ses ventes nettement supérieure à ses concurrents. Cette performance a permis à LVMH de gagner des parts de marché tant en horlogerie qu'en joaillerie. Le continent américain, l'Asie et le Japon sont les zones de plus forte croissance en 2005. De nouveaux accords de distribution ont été mis en place en Chine pour TAG Heuer, Zenith et Dior, permettant d'accélérer leur implantation.

Couplée à la croissance des ventes, l'amélioration des marges et le contrôle des coûts ont permis une progression très significative de la rentabilité avec un résultat opérationnel courant multiplié par cinq.

TAG Heuer

TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport, effectue une montée en puissance remarquable et devient une marque star de LVMH. Sur le segment de marché des montres dont le prix public se situe entre 400 et 4 000 euros, la marque associant prestige et performance fait figure de champion de la croissance. Ses fortes progressions, particulièrement aux États-Unis et en Asie, lui ont permis d'accroître ses parts de marché. La continuité de sa dynamique témoigne d'une grande vitalité et augure d'excellentes perspectives à moyen terme.

Les nouveautés de 2005 dans les gammes *Aquaracer*, *Link* et *Carrera*, ainsi que la première montre de golf conçue avec le meilleur joueur mondial, Tiger Woods, ont réalisé des performances remarquables.

Le soutien de l'équipe unique d'ambassadeurs de la marque, qui comprend aussi les stars mondiales Brad Pitt et Uma Thurman, la championne de tennis Maria Sharapova, les pilotes de course automobile Jeff Gordon, Juan Pablo Montoya et Kimi Räikkönen, a permis de renforcer le positionnement sport et élégance de TAG Heuer ainsi que le mix produits hommes / femmes.

Fidèle à son esprit d'avant-garde et à sa politique d'innovation technologique, TAG Heuer a mis au point de nouveaux calibres qui seront lancés en 2006. Le calibre 360, premier mouvement automatique capable de mesurer le centième de seconde, est l'innovation majeure de l'année 2005.

Le 5^e Grand Prix d'Horlogerie de Genève a décerné à TAG Heuer le Prix de la Montre Dame 2005 pour son modèle Diamond Fiction. Il s'agit du troisième prix remporté en cinq années par TAG Heuer à l'occasion de cette compétition prestigieuse.

Zenith

En conjuguant savoir-faire horloger, esprit de luxe et modernité esthétique, la Manufacture Zenith confirme son potentiel. Elle enregistre de nouveau en 2005 une forte augmentation de ses ventes et gagne des parts de marché sur le segment porteur de la haute horlogerie. La gamme *Open*, de conception récente, qui dévoile le cœur de son célèbre mouvement El Primero est devenue son fer de lance. Très reconnaissable, cette ligne a été développée avec succès dans les gammes *Chronomaster* et *Port-Royal* et a donné naissance à une offre féminine.

Depuis 2004, Zenith a en outre pris solidement position sur le marché des grandes complications horlogères en développant une offre de Tourbillons. Le *Starissime*, premier Tourbillon féminin, a été lancé en 2005.

Montres Dior

Les Montres Dior poursuivent leur montée en gamme avec l'aide des créateurs de la maison de couture. Après le lancement de la gamme automatique *Chiffre Rouge* (Dior Homme par Hedi Slimane), de la gamme joaillière *D de Dior* (création de Victoire de Castellane), la ligne *Christal*, conçue par John Galliano et porteuse de fortes ambitions, a été lancée avec succès en septembre. Avec cette collection très horlogère, alliance hautement originale de l'acier, du cristal et des diamants, Dior se dote d'un produit qui se veut emblématique et qui distingue très nettement la marque sur le marché de la montre de mode.

Chaumet

Maintenant rigoureusement son cap stratégique, Chaumet poursuit une progression très soutenue et ciblée sur ses pays et villes prioritaires. Au Japon, en France, en Corée, à Londres, à Genève, à Taiwan, en Russie et à Dubaï, chaque magasin améliore sa productivité.

Après Osaka fin 2004, Taipei a vu l'ouverture d'un nouveau magasin en 2005.

Les lignes icônes *Class One* et *Liens*, l'une et l'autre désormais déclinées en montres et bijoux, ont été dynamisées par des créations originales et accessibles. La ligne de haute joaillerie *Frisson* a été réinterprétée pour donner naissance à une collection de bijoux. Chaumet a également renforcé son offre horlogère par le lancement du Chronographe automatique *Dandy*.

Autres marques

Fred poursuit sa progression ciblée sur le Japon, où la marque connaît un grand succès, la France et la Corée. Les collections *Success*, *Move One* et *Pretty Woman*, ont été enrichies de nouvelles créations.

Tout en poursuivant une croissance très soutenue au Japon, De Beers a ouvert deux magasins aux États-Unis, respectivement à New York sur la 5^e avenue et à Los Angeles (Rodeo Drive), ainsi

* L'activité de la marque De Beers est consolidée dans les autres activités de LVMH.

qu'un à Paris au sein du Printemps. Deux nouvelles collections diamantaires dont l'offre s'étend de la haute joaillerie aux bijoux, *Radiance* et *Talisman*, ont été lancées.

Omas, spécialiste italien des instruments d'écriture, progresse en Italie et aux États-Unis. Après le légendaire stylo 360, la ligne historique *Arte Italiana* vient d'être relancée.

Perspectives

La croissance organique et la rigueur de gestion sont les priorités de chaque maison et de chaque marché du groupe d'activités en 2006. La progression sera nourrie par un important programme d'innovations qui portera avant tout sur les lignes icônes de chaque marque. TAG Heuer déploiera son savoir-faire technologique pour dynamiser ses gammes légendaires *Carrera* (Calibre 360), *Monaco* (Monaco 69) et *Aquaracer* (Calibre S). La Manufacture Zenith renforcera son offre *Open* et présentera une ligne sportive au Salon de Bâle, ainsi qu'une très grande complication, le *Traveler* répétition minute. Dior Montres développera sa ligne *Christal* et lancera de nouvelles versions de *Chiffre Rouge* et *D de Dior*. Chaumet lancera une nouvelle collection joaillière « *Attrape-moi* » et renforcera son offre horlogère sur *Dandy*.

En termes de marchés, les investissements les plus importants seront consacrés aux États-Unis, à la Grande Chine et au Japon. De nouveaux moyens commerciaux ont été mis en place en Inde, au Moyen-Orient et en Russie.

1.6 Distribution sélective

	2005	2004
Ventes par zone géographique de destination (en %)		
France	24	26
Europe (hors France)	8	9
États-Unis	40	39
Japon	3	1
Asie (hors Japon)	21	21
Autres marchés	4	4
Total	100	100
Ventes (en millions d'euros)	3 648	3 276
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	347	238
Marge opérationnelle (en %)	9,5	7,3
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	135	181
Nombre de magasins		
Sephora	558	521
Autres enseignes	156	169
Total	714	690

Faits marquants

Le groupe Distribution sélective enregistre une croissance organique de ses ventes de 13 % et une forte amélioration de son résultat opérationnel courant.

DFS récolte les fruits des efforts consacrés au développement de ses clientèles asiatiques et affiche une belle progression de ses ventes et de sa rentabilité.

Sephora réalise une excellente année en Europe et en Amérique du Nord et inaugure sa présence en Asie, devenant ainsi le seul acteur de la parfumerie sélective présent avec succès sur trois continents.

Le site de vente en ligne sephora.fr est lancé en juin 2005.

Le Bon Marché voit l'aboutissement du grand chantier de rénovation de ses espaces de mode féminine, une étape majeure de la transformation du grand magasin qui débute il y a quinze ans.

Principaux développements

Les entreprises de distribution sélective développées au sein de LVMH sont présentes en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. Leurs activités s'exercent dans deux domaines : la distribution conçue pour la clientèle des voyageurs internationaux, métier de DFS et Miami Cruiseline, leaders de leurs segments de marché, et les concepts de distribution sélective représentés par Sephora, l'entreprise la plus innovante dans le domaine de la beauté, et Le Bon Marché, prestigieux grand magasin parisien de la Rive Gauche.

En 2005, les activités de distribution sélective ont accentué leur progression dans toutes les régions du monde. Le résultat d'ensemble a très fortement augmenté, démontrant d'une part l'efficacité des actions poursuivies afin d'améliorer la rentabilité de chacune des enseignes, d'autre part, et surtout, la compétitivité accrue de nos entreprises au sein de leurs marchés respectifs.

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

DFS

Porté par l'amélioration de ses performances à magasins comparables et par l'activité en année pleine de la Galleria d'Okinawa ouverte fin 2004, DFS enregistre une croissance à deux chiffres de ses ventes.

Sa rentabilité progresse fortement grâce à cette dynamique et au maintien d'une gestion rigoureuse des coûts.

La Galleria ouverte à Okinawa au Japon est un magasin stratégique, symbole d'une étape clé dans le développement de DFS : il abrite en un même lieu un ensemble de marques exceptionnellement attractif et dédié à la clientèle japonaise, dont la demande en produits de luxe est très forte, une qualité d'accueil et de service propre à satisfaire les attentes les plus exigeantes. Doté d'une offre et d'un aménagement particulièrement luxueux, il est représentatif de la stratégie de montée en gamme de DFS.

L'année 2005 a également été marquée par l'augmentation des flux de voyageurs en provenance du monde chinois. Afin d'anticiper et de satisfaire la demande de cette clientèle qui constitue un fort relais de croissance, DFS a spécialement adapté l'offre de produits et de services de ses magasins situés à Hong Kong et Singapour ainsi que d'autres destinations fréquentées par ces voyageurs. L'ouverture d'un magasin au sein de l'aéroport d'Hainan, une île tropicale où le tourisme augmente rapidement, permettra à DFS de renforcer sa présence dans cette région qui recèle un fort potentiel de développement.

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline continue à accroître ses ventes et sa rentabilité grâce à une meilleure visibilité de ses boutiques à bord des navires et à la montée en gamme de son offre produits. L'entreprise américaine, qui détient de fortes positions au sein du marché des croisières, continue d'affiner ses stratégies commerciales et d'optimiser la qualité du service rendu à sa clientèle. Dans un contexte de bon développement du marché des croisières, toutes ces initiatives sont à l'origine d'une augmentation sensible des achats moyens par passager.

Sephora

Sephora réalise une année historique, gagne des parts de marché et dépasse ses objectifs de ventes et de résultat tant en Europe qu'aux États-Unis. Le cash flow généré sur chacun de ces territoires permet de financer l'expansion entreprise en Asie. Au 31 décembre 2005, Sephora dispose d'un réseau mondial de 558 magasins.

Sephora a poursuivi son expansion en Europe avec 10 ouvertures nettes de magasins. En France, dans un marché en faible évolution, son dynamisme et sa forte politique d'innovation ont pour résultat une croissance des ventes exceptionnelle dans son univers concurrentiel. Le site marchand sephora.fr a été lancé en juin 2005 et a immédiatement rencontré un grand succès. Sephora confirme aussi son dynamisme en Pologne où elle détient de très fortes positions. L'année 2005 a vu le début de la mise en œuvre du joint-venture avec le groupe espagnol de grands magasins El Corte Inglés : deux magasins ont été ouverts dans le cadre de cette collaboration, ainsi que quatre « corners » Sephora au sein d'établissements El Corte Inglés.

Aux États-Unis, Sephora enregistre pour la cinquième année consécutive une croissance à deux chiffres de ses ventes. 24 magasins, dont un à New York sur Union Square, ont été ouverts (en net) outre-Atlantique en 2005. Le site sephora.com continue de renforcer sa notoriété et confirme son succès avec une très forte hausse de ses ventes.

L'année 2005 a enfin été marquée, à partir du mois d'avril, par l'implantation réussie de Sephora en Chine avec l'ouverture de trois magasins à Shanghai.

Sephora accentue sa politique d'innovation en Europe et continue d'affirmer son positionnement d'expert en beauté qui repose sur trois piliers : une offre très large de marques sélectives, l'introduction de gammes de maquillage « tendance » et de produits de soin exclusifs répondant à une réelle attente de la clientèle et le développement de services novateurs à l'intérieur des magasins. Autant d'initiatives plébiscitées par la presse qui s'en fait largement l'écho.

Aux États-Unis, fidèle à son esprit de découverte, Sephora continue à identifier et référencer des marques de cosmétique créatives et pointues répondant à la demande de la clientèle exigeante qui fréquente ses magasins.

Sephora a continué en 2005 de développer avec succès sa marque propre, qui propose des produits de grande qualité à des prix particulièrement attractifs, et a conquis de nouveaux segments de marché.

Qualité de service et de conseil oblige, dans tous ses pays d'implantation, Sephora investit fortement dans la formation de ses conseillères de beauté. Il existe une école Sephora sur chacun des trois continents où l'enseignement se développe.

Le Bon Marché

Le Bon Marché enregistre en 2005 une croissance significative de ses ventes et de son résultat opérationnel courant. Cette progression est établie sur des bases solides comme le confirment les études de clientèle montrant une forte adhésion au concept de grand magasin de prestige qui fonde l'identité du Bon Marché.

Le grand chantier initié depuis trois ans visant à reconfigurer et rénover les espaces consacrés à la mode féminine a vu son aboutissement en 2005. « L'Appartement de Mode » qui définit le concept de ces nouveaux espaces se déploie désormais sur près de 6 550 mètres carrés au premier étage des magasins 1 et 2. Ses pièces d'ambiances différentes servent d'écrin aux collections des créateurs et accueillent les clientes dans une atmosphère sereine, raffinée et conviviale. La réaction de la clientèle et la hausse enregistrée par l'activité du département depuis septembre permettent de conclure au succès de cet investissement et laissent entrevoir la contribution essentielle qu'il apportera à la croissance du magasin en année pleine.

Perspectives

L'activité de DFS en 2006 bénéficiera de la rénovation de la Galleria de Guam et du renouvellement de plusieurs concessions d'aéroport au sein de grandes destinations touristiques.

Miami Cruiseline maintiendra ses efforts commerciaux ainsi qu'une gestion rigoureuse et continuera d'améliorer ses performances.

Sephora accentuera sa politique d'innovation et d'exclusivité avec un objectif de forte croissance de ses ventes et de ses résultats. Son expansion sera vigoureusement poursuivie à la fois dans les pays où Sephora est déjà implantée avec succès et sur de nouveaux marchés à fort potentiel, en Europe Centrale en particulier.

Le Bon Marché continuera de cultiver ses atouts incontestables dans l'univers des grands magasins parisiens.

2. FACTEURS DE RISQUES LIÉS À 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 les autres pays ; de façon générale, tous les moyens sont mis en œuvre, au niveau international, afin que cette protection juridique soit totale.

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

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

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

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

Le Groupe lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux, et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution ; cette lutte a représenté en 2005 un coût de 16 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 caractérisées aujourd'hui par une pression sur les marges, une profusion de lancements de nouveaux produits et l'apparition de chaînes de distribution. Dans les activités de Mode et Maroquinerie, la concurrence est également réelle et très active, la création et l'amélioration constante des produits constituant dans ce contexte les principales forces du Groupe.

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 61 % du chiffre d'affaires total de 2005.

En outre, pour les ventes non comprises dans ce chiffre, il n'existe aucune dépendance dans les différents métiers, vis-à-vis d'un ou de plusieurs clients dont la perte pourrait avoir un effet significatif sur le niveau d'activité ou le résultat du Groupe.

Risques pays

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

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

2.2 Risques industriels et environnementaux

Le Groupe s'appuie sur une action combinée de compétences externes et de professionnels qualifiés au sein des sociétés du Groupe – notamment les responsables sécurité, qualité ou environnement – pour identifier, analyser et traiter les risques

industriels et environnementaux. La définition et le pilotage de la politique de maîtrise des risques sont en outre confiés à une fonction centralisée rattachée à la Direction financière.

2.2.1 Réduction des risques industriels

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

Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux pour lequel environ 200 jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2005.

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

2.2.2 Prévention des risques liés aux produits - Gestion de Crise

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

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

2.2.3 Risques communs aux activités du Groupe

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

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

2.2.4 Sinistralité

En 2005, les activités du Groupe ont été impactées par les ouragans survenus au Mexique et aux États-Unis. Toutefois, les pertes ont pu être intégralement compensées par les couvertures d'assurance en place.

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

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

Depuis 2004, le Groupe s'est doté d'un outil de cartographie des risques permettant l'identification systématique et documentée de ses risques opérationnels majeurs sur la base d'un référentiel commun. Leur hiérarchisation en fonction de critères de gravité et de probabilité de survenance met en évidence les risques majeurs à traiter en priorité.

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

2.3 Assurances et couvertures des risques

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

- l'identification systématique et documentée des risques ;
- l'organisation de la prévention et de la protection des biens industriels et des personnes ;
- le déploiement d'un dispositif de gestion de crise et de plans de secours sur le plan international ;
- un dispositif global de couverture financière visant à réduire les conséquences d'événements majeurs sur 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, pertes d'exploitation, transport et responsabilité civile et retrait de produits.

2.3.1 Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation

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

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

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

2.3.2 Assurance transport

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

2.3.3 Assurances responsabilité civile et retraits de produits

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

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

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

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

2.3.4 Couvertures des risques spéciaux

La couverture des risques politiques, la responsabilité civile des mandataires sociaux, la couverture des actes de fraude et malveillance, des risques de catastrophes naturelles, des actes de terrorisme, des risques de pertes ou corruptions de données informatiques, des risques crédit ou risques liés à l'environnement

et d'une manière générale, toutes les garanties exclues par les assureurs des programmes génériques, sont assurées par des polices mondiales ou locales dédiées.

3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

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

- La poursuite de la croissance à un niveau de rentabilité très élevé des marques stars du Groupe ; la confirmation du redressement des groupes d'activité Distribution sélective et Montres et Joaillerie, qui améliorent à nouveau largement leur profitabilité ; la concentration sur les marques les plus prometteuses, avec l'ajustement progressif du portefeuille de marques illustré par la cession de Christian Lacroix et de Mount Adam ; et le développement du portefeuille de vins et spiritueux. Dans ce domaine, le Groupe a en particulier lancé en 2005 le rhum haut de gamme 10 Cane et réalisé l'acquisition et l'intégration, au sein de Moët Hennessy, de la société Glenmorangie, productrice des malts Glenmorangie, Glen Moray et Ardbeg. Le Groupe a en outre racheté les intérêts minoritaires de Millennium, qui commercialise les vodkas premiums Belvédère et Chopin.

Par ailleurs, le Groupe a cédé tout ou partie de ses participations dans les sociétés Bonhams Brooks PS&N, Interparfums et Bouygues.

Grâce aux fonds substantiels générés par l'exploitation au cours de l'exercice, la dette financière nette a été à nouveau significativement réduite, passant de 5 283 millions d'euros fin 2004 à 4 318 millions d'euros fin 2005.

- L'amélioration de la structure financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - l'accroissement substantiel des capitaux propres ;
 - la diminution de l'endettement brut comme de l'endettement net ;
 - le maintien à un niveau élevé de la part à long terme de la dette financière nette ;
 - le montant de la trésorerie et équivalents et des placements financiers ;
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées.

En particulier, les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une progression sensible de 21 % et atteignent 10 484 millions d'euros en fin d'année. Cette forte augmentation résulte de l'ampleur du résultat net réalisé en 2005, de la variation positive de l'écart de conversion résultant de l'appréciation du dollar vis-à-vis de l'euro entre la fin 2004 et la fin 2005, et des gains latents enregistrés en capitaux propres en normes IFRS.

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

En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de limiter l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une hausse, ont continué à être privilégiées. Cette stratégie a permis, dans un contexte de stabilité du cours moyen de la devise américaine malgré un renforcement de celle-ci vis-à-vis de l'euro tout au long de l'exercice 2005, et de faiblesse de la devise japonaise vis-à-vis de l'euro, d'obtenir des cours de couverture plus avantageux que les cours moyens de l'année pour ce qui concerne chacune des deux devises.

- La consolidation à long terme de l'endettement du Groupe, avec le lancement en juin d'une émission obligataire publique d'un montant nominal de 600 millions d'euros et d'une maturité de 7 ans.
- L'amélioration de la flexibilité financière du Groupe, qui a tiré parti des conditions favorables régnant sur le marché du crédit pour réaliser en décembre 2005 une syndication bancaire d'un montant de 1 300 millions d'euros et d'une durée de 7 ans, qui sécurise sa liquidité sur longue période. En outre cette syndication, dans le prolongement de celle de 650 millions de dollars conclue en 2004, a permis de poursuivre l'amélioration des conditions juridiques des emprunts du Groupe et de se dispenser de tout engagement de respect de ratios financiers. Il subsiste néanmoins de tels engagements, relatifs à des financements anciens, portant sur la couverture de la dette nette par les flux financiers de l'année. 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 de la trésorerie et équivalents a augmenté au cours de l'exercice, de même que celui des placements financiers. 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 2005 une performance conforme aux attentes et a été légèrement accrue.
- La diminution des frais financiers.

Le coût de la dette financière nette diminue sensiblement en 2005 : il atteint 188 millions d'euros, contre 214 millions d'euros en 2004, soit une baisse de 12 %. Cette diminution résulte de la baisse d'environ 5 % de la dette financière nette moyenne, de la gestion du risque de taux et du faible coût des TDI 1990. Le Groupe a pu continuer à bénéficier de taux d'intérêt peu élevés en 2005 malgré la remontée des taux d'intérêt en dollar et en franc suisse 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.

Le résultat financier a par ailleurs été favorablement impacté par le résultat de cession des titres Bouygues et Interparfums, ainsi que par le montant de dividendes reçus. En revanche, la volatilité du résultat financier induite par la comptabilisation de la variation de valeur de la partie inefficace des couvertures de change a pesé dans un sens négatif en 2005.

- Une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux très bonnes performances de l'année :
 - paiement d'un acompte sur le dividende 2005 de 0,25 euro dès décembre 2005 ;
 - versement d'un dividende par action de 1,15 euro au titre de l'exercice, en progression de 21,1 % par rapport à l'année précédente. Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 563 millions d'euros au titre de l'exercice 2005, avant effet des actions auto-détenues.

3.1 Risques de marché

3.1.1 Exposition aux risques de change

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

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

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

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

3.1.2 Exposition aux risques de taux

L'exposition du Groupe au risque de taux peut être évaluée par le montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 4,3 milliards d'euros environ au 31 décembre 2005. La dette brute est à hauteur de 50 % à taux fixe, à hauteur de 40 % à taux variable plafonné par caps, et à hauteur de 10% à taux variable.

La dette du Groupe étant libellée en différentes devises, le Groupe est exposé de manière différenciée à l'évolution des taux d'intérêt

de ses principales devises d'endettement (euro, ainsi que dollar américain, franc suisse et yen japonais).

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

3.1.3 Exposition aux risques des marchés actions

L'exposition du Groupe aux risques des marchés actions est essentiellement liée aux actions LVMH auto détenues - essentiellement en couverture des plans de stock-options et des autres plans de rémunération assis sur l'évolution du cours de l'action LVMH. 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 significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière nette à court terme avant prise en compte des instruments dérivés soit 0,7 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,3 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 (titres à court terme et obligations), 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 générée par l'activité s'est élevée à 3 089 millions d'euros, contre 2 708 millions un an plus tôt, en progression de 14 %.

Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 2 251 millions d'euros, soit une augmentation de 7%.

Les impôts payés atteignent 616 millions d'euros en 2005, contre 389 millions en 2004, en raison essentiellement d'un acompte exceptionnel d'impôt sur les sociétés en France acquitté fin 2005.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 257 millions d'euros. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie à hauteur de 281 millions d'euros, du fait de la hausse de l'activité et de la reconstitution des stocks correspondants. La variation des créances clients génère quant à elle sur l'exercice un besoin de 67 millions d'euros, tandis que la variation du poste fournisseurs apporte 27 millions d'euros.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est largement positive, atteignant 1 994 millions d'euros.

Le solde net des opérations d'investissement et de cession - opérationnelles comme financières - se traduit par un décaissement de 818 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe, nets des cessions, représentent un débours de trésorerie de 679 millions d'euros. Leur augmentation reflète la dynamique de développement du Groupe et de ses marques phares telles Louis Vuitton, Parfums Christian Dior, Fendi et Sephora.

Les cessions d'investissements financiers ont excédé les acquisitions de 400 millions d'euros. Le solde des incidences des variations du périmètre de consolidation constitue un emploi à hauteur de 604 millions d'euros. Cette somme correspond pour l'essentiel aux effets de l'acquisition de 100% de Glenmorangie et des derniers 30 % de Millennium, respectivement pour 438 et 92 millions d'euros.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 531 millions d'euros.

Les dividendes versés en 2005 par LVMH S.A., hors actions d'autocontrôle, se sont élevés à 446 millions d'euros, dont 329 millions en mai au titre du solde du dividende 2004 et 117 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2005. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 120 millions d'euros. Il s'agit pour l'essentiel de Diageo au titre de sa participation de 34% dans Moët Hennessy et des minoritaires de DFS.

Les excédents de trésorerie après toutes opérations de gestion, d'investissement et en capital, ont ainsi atteint 645 millions d'euros.

Des emprunts et des dettes financières ont été amortis pour un montant de 1 559 millions d'euros, sensiblement supérieur à celui des nouveaux emprunts et dettes financières.

Les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 1 192 millions d'euros. Le Groupe a notamment procédé en juin 2005 à une émission obligataire publique à 7 ans d'un montant nominal de 600 millions d'euros et a émis à l'occasion de l'acquisition de Glenmorangie des Loan Notes dont l'encours au 31 décembre 2005 s'élève à 60 millions d'euros. En outre, le Groupe a continué à se financer au Japon au moyen de placements privés réalisés dans le cadre de son programme d'Euro Medium Term Notes.

La réduction de la dette nette se traduit par la diminution de la dette à long terme, par l'augmentation de la trésorerie et autres équivalents de trésorerie, ainsi que par la baisse de 190 millions d'euros de l'encours du programme de billets de trésorerie.

À l'issue des opérations de l'année 2005, la trésorerie nette s'élève à 1 080 millions d'euros.

3.3 Structure financière

En normes IFRS, le total du bilan consolidé de LVMH s'élève au 31 décembre 2005 à 28,1 milliards d'euros, en progression de 10% par rapport au 31 décembre 2004.

L'actif immobilisé représente 19,5 milliards d'euros, contre 18,1 milliards fin 2004. Il atteint ainsi 70% du total du bilan, contre 71% un an plus tôt.

Les immobilisations corporelles et incorporelles augmentent, à 18,0 milliards d'euros contre 16,4 milliards fin 2004. Les marques et autres immobilisations incorporelles progressent à 8,5 milliards d'euros, contre 7,8 milliards au 31 décembre 2004, en raison principalement de l'incidence des variations des parités monétaires et de l'acquisition et de la consolidation par intégration globale de Glenmorangie en 2005.

Les écarts d'acquisition atteignent 4,5 milliards d'euros, contre 4,0 milliards fin 2004. Cette évolution résulte en particulier de l'acquisition de Glenmorangie et des effets de change.

Les immobilisations corporelles augmentent à 5,0 milliards d'euros, contre 4,5 milliards fin 2004, en raison de l'impact de la hausse des devises contre l'euro, de l'effet de l'acquisition de Glenmorangie, de la réévaluation des terres à vignes et de montants d'investissements opérationnels excédant les dotations aux amortissements de l'année 2005.

Les participations dans les sociétés mises en équivalence, les investissements financiers, ainsi que les autres actifs non courants, diminuent à 1,2 milliard d'euros, contre 1,5 milliard fin 2004. Cette évolution résulte de divers cessions ou reclassements en actifs courants.

Les stocks atteignent 4,1 milliards d'euros, contre 3,6 milliards fin 2004, en raison de l'intégration de Glenmorangie, de la hausse du dollar vis-à-vis de l'euro, de la progression de l'activité, ainsi que de la reconstitution des stocks d'Hennessy, de Moët & Chandon et de Veuve Clicquot.

Les placements de trésorerie, hors placements financiers, atteignent 1,5 milliard d'euros, contre 1,0 milliard au 31 décembre 2004, grâce à la génération de fonds de l'année.

Les capitaux propres part du Groupe avant affectation du résultat progressent sensiblement à 9,5 milliards d'euros, contre 7,8 milliards fin 2004, grâce à l'ampleur du résultat net part du Groupe dégagé, en croissance de 21 %, et grâce à la variation positive de l'écart de conversion.

Les intérêts minoritaires progressent légèrement, à 1,0 milliard d'euros contre 0,9 milliard d'euros. Cette croissance résulte de l'effet du renforcement de la monnaie américaine sur les intérêts

minoritaires dans DFS et de la part des minoritaires dans le résultat, nette des dividendes qui leur ont été versés.

Le total des capitaux propres s'établit à 10,5 milliards d'euros, représentant 37 % du total de bilan contre 34 % un an auparavant.

Le passif non courant s'élève à fin 2005 à 11,0 milliards d'euros, dont 3,7 milliards au titre de la dette financière, contre 10,8 milliards à fin 2004, dont 4,2 milliards au titre de la dette financière. Sa part relative dans le total de bilan est en légère diminution, à 39 % de celui-ci.

Les capitaux permanents atteignent ainsi 21,5 milliards d'euros et dépassent le montant des actifs immobilisés.

Le passif courant s'établit à 6,6 milliards d'euros au 31 décembre 2005, contre 6,1 milliards fin 2004, du fait de l'augmentation modeste des dettes financières à court terme et de l'augmentation des comptes fournisseurs consécutive à la progression de l'activité et à l'intégration de Glenmorangie. Sa part dans le total de bilan reste stable, à 24 %.

La dette financière à court et à long terme, y compris la valeur de marché des produits dérivés de taux, et nette des placements et des disponibilités, ressort au 31 décembre 2005 à 4,3 milliards d'euros contre 5,3 milliards un an plus tôt. Elle représente 41 % du montant des capitaux propres.

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

Les engagements d'achat de titres de participation, y compris l'engagement de rachat avec une décote de 20 % consenti à Diageo quant à sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, constituent l'essentiel du poste « Autres passifs non courants ».

Les lignes de crédit confirmées dépassent 4,0 milliards d'euros ; elles ne sont tirées au 31 décembre 2005 qu'à hauteur de 0,1 milliard d'euros environ, soit un montant disponible de 3,9 milliards d'euros. Les lignes de crédit confirmées non tirées couvrent donc largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours à cette date atteint 0,3 milliard d'euros.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

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

- dans le domaine de la communication, pour le maintien ou le développement de leur image et de leur notoriété, afin d'améliorer leurs parts de marchés et leur profitabilité ;

- dans le domaine de la recherche et développement, en particulier dans les activités Parfums et Cosmétiques, afin d'offrir aux clientèles les produits les meilleurs et les plus innovants.

4.1 Dépenses de communication

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

	en millions d'euros	en % du chiffre d'affaires
2005	1 401	10,1
2004	1 269	10,2

Ces frais englobent essentiellement le coût des campagnes publicitaires, notamment lors de lancements des nouveaux produits, ainsi que le coût des opérations de relations publiques, et des équipes de marketing responsables de la publicité et de la promotion.

4.2 Frais de recherche et développement

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

	en millions d'euros
2005	38
2004	38

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

4.3 Investissements industriels et dans les réseaux de distribution

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

Les investissements opérationnels (acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles) pour les deux derniers exercices ont été les suivants, en valeur absolue et en pourcentage de la capacité

d'autofinancement générée par l'activité du Groupe :

	en millions d'euros	en % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité
2005	707	22,9
2004	640	23,6

À 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 2005, les investissements opérationnels ont principalement porté sur les actifs des points de vente. Louis Vuitton a porté son réseau de magasins à 345, bénéficiant de cinq ouvertures nettes, et a rénové une cinquantaine de magasins ; l'événement phare est sans conteste l'ouverture, en octobre 2005, du magasin des Champs-Élysées à Paris. Par ailleurs, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 558 magasins à fin 2005 contre 521 à fin 2004. Parfums Christian Dior a procédé au renouvellement de ses mobiliers commerciaux pour promouvoir la nouvelle image de la marque ; Guerlain a rénové et agrandi sa Maison des Champs-Élysées à Paris.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, les investissements importants ont concerné des acquisitions de barriques et de cuves de stockage et d'assemblage, ainsi que la construction de chais pour permettre la constitution de stocks et le développement à long terme de ces marques.

5. DONNÉES SOCIALES

5.1 Répartition et évolution de l'effectif

5.1.1 Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2005 est de 61 088 salariés. Il se répartit en 53 841 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 7 247 sous contrat à durée déterminée (CDD). 8 703 salariés travaillent à temps partiel, soit 14 % de l'ensemble du personnel.

L'effectif moyen Équivalent Temps Plein (ETP) du Groupe LVMH en 2005 est de 55 356 personnes, dont 67 % hors de France.

Les tableaux suivants présentent la répartition de l'effectif par secteur d'activités, région géographique et catégorie professionnelle.

Répartition par secteur d'activités

Effectif total au 31 décembre	2005	%	2004	%
Vins et Spiritueux	5 134	8	4 697	8
Mode et Maroquinerie	18 071	31	18 326	31
Parfums et Cosmétiques	13 628	22	13 488	23
Montres et Joaillerie	1 844	3	1 777	3
Distribution sélective	21 544	35	20 045	34
Autres	867	1	877	1
Total	61 088	100	59 210	100
Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽¹⁾				
Vins et Spiritueux	5 144	9	4 807	9
Mode et Maroquinerie	17 182	31	17 026	32
Parfums et Cosmétiques	12 771	23	12 561	24
Montres et Joaillerie	1 767	3	1 890	3
Distribution sélective	17 540	32	15 749	30
Autres	952	2	959	2
Total	55 356	100	52 992	100

(1) ETP ; CDI et CDD.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre	2005	%	2004	%
France	18 919	31	19 343	33
Europe (hors France)	12 741	21	11 764	20
États-Unis	13 103	21	12 361	21
Japon	4 621	8	4 897	8
Asie (hors Japon)	10 059	16	9 196	15
Autres pays	1 645	3	1 649	3
Total	61 088	100	59 210	100
Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽¹⁾				
France	18 423	33	18 670	35
Europe (hors France)	11 002	20	10 267	19
États-Unis	10 533	19	9 603	18
Japon	4 591	8	4 399	9
Asie (hors Japon)	9 150	17	8 415	16
Autres pays	1 657	3	1 638	3
Total	55 356	100	52 992	100

(1) ETP ; CDI et CDD.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre	2005	%	2004	%
Cadres	9 548	15	9 038	15
Techniciens et Agents de Maîtrise	6 021	10	5 716	10
Employés	36 513	60	35 548	60
Ouvriers	9 006	15	8 908	15
Total	61 088	100	59 210	100
Effectif moyen au cours de l'exercice⁽¹⁾				
Cadres	9 386	17	8 959	17
Techniciens et Agents de Maîtrise	5 796	10	5 690	11
Employés	31 164	57	29 397	55
Ouvriers	9 010	16	8 946	17
Total	55 356	100	52 992	100

(1) ETP ; CDI et CDD.

Les principales évolutions proviennent de la croissance organique ainsi que de l'acquisition de Glenmorangie. En France, la variation s'explique principalement par des changements de périmètre.

Âge moyen et ancienneté moyenne

En France, l'âge moyen est de 38 ans et l'ancienneté moyenne se situe à 11 ans. Les répartitions par catégorie d'âge et d'ancienneté sont les suivantes :

Âge	Ensemble population (en %)	Ancienneté	Ensemble population (en %)
< 18 ans	-	< 5 ans	35
18 - 24 ans	6	5 - 9 ans	21
25 - 34 ans	33	10 - 14 ans	11
35 - 44 ans	30	15 - 19 ans	13
45 - 54 ans	23	20 - 24 ans	7
55 - 59 ans	7	25 - 29 ans	6
60 ans +	1	30 ans +	7
	100		100

5.1.2 Recrutements, mobilités et départs

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 2005, 13 643 personnes ont été recrutées sous contrats à durée indéterminée, dont 1 721 en France. 4 269 personnes sous contrats à durée déterminée ont été recrutées en France. 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.

En 2005, ont été enregistrés 10 832 départs de salariés en contrat à durée indéterminée, dont plus de 41 % dans l'activité de la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (72 % du total des départs) et le licenciement individuel (15 % du total des départs).

Répartition numérique des mouvements par secteur d'activités et zone géographique

Par secteur d'activités	Recrutements		Départs	
	2005	2004	2005	2004
Vins et Spiritueux	794	550	619	684
Mode et Maroquinerie	3 631	4 006	3 354	3 138
Parfums et Cosmétiques	2 649	2 626	2 102	2 126
Montres et Joaillerie	309	344	242	327
Distribution sélective	6 217	8 325	4 483	5 562
Autres activités	43	63	32	46
Total	13 643	15 914	10 832	11 883
Par zone géographique				
France	1 721	2 042	1 788	1 977
Europe (hors France)	2 728	2 506	2 171	1 968
États-Unis	4 640	7 059	3 612	4 898
Japon	482	571	695	549
Asie (hors Japon)	3 881	3 605	2 387	2 348
Autres pays	191	131	179	143
Total	13 643	15 914	10 832	11 883

LVMH encourage la mobilité de ses collaborateurs, d'une zone géographique à une autre, ou d'une société à une autre. La diversité des sociétés du Groupe LVMH, leur identité ainsi que leur expertise métier dans des domaines d'activités variés, valorisent ces deux formes de mobilité. Aujourd'hui plus de la moitié des postes de cadres sont pourvus par mobilité interne. En 2005, il y a eu plus de 670 mobilités vers une autre société du Groupe.

5.2 Temps de travail

5.2.1 Aménagement du temps de travail

En France, plus de 14 000 salariés étaient concernés en 2005 par une ou plusieurs formes d'aménagement du temps de travail ; parmi celles-ci :

	Effectif concerné en %
Salariés avec horaires variables / aménagés	41,5
Salariés ayant bénéficié de repos compensateur	12,0
Salariés à temps partiel : moins de 20 heures	3,6
Salariés à temps partiel : entre 20 et 30 heures	7,4
Salariés à temps partiel : plus de 30 heures	1,2
Salariés en 2 x 8 sur toute l'année	4,9
Salariés en 2 x 8 sur une courte période	3,4
Salariés travaillant de nuit	0,3
Bénéficiaires de Congé Parental	1,6
Bénéficiaires de Congé de Fin de Carrière	0,4

LVMH favorise également la mobilité d'une catégorie professionnelle à une autre en incitant les membres du personnel à acquérir de nouvelles compétences au travers de formations qualifiantes ou diplômantes notamment.

5.2.2 Heures supplémentaires

En France, le volume annuel d'heures supplémentaires par salarié n'excède pas cinquante heures.

5.2.3 Absentéisme

Le taux d'absentéisme au sein du Groupe, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, est de 4,3 % en 2005 (4,2 % en 2004).

5.3 Rémunération

5.3.1. Rémunération moyenne

En France, la répartition de la rémunération brute moyenne mensuelle en 2005 des salariés sous contrat à durée indéterminée, à temps complet et présents tout au long de l'année, est la suivante :

(en euros)	Effectif concerné en %
moins de 1 500	24,6
de 1 501 à 2 250	31,4
de 2 251 à 3 000	18,5
plus de 3 000	25,5
Total	100,0

5.3.2. Frais de Personnel

(en millions d'euros)	2005	2004
Masse salariale brute - contrats à durée déterminée ou indéterminée	1 923,5	1 686,4
Charges sociales patronales	465,1	436,1
Travail temporaire	92,3	78,3
Mise à disposition de personnel par des prestataires extérieurs	56,8	50,8
Total frais de personnel	2 537,7	2 251,6

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

5.3.3. Intéressement, participation et épargne salariale

Toutes les sociétés françaises du Groupe, de 50 salariés et plus, disposent d'un plan de Participation, d'Intéressement ou d'Épargne. Ces plans ont représenté en 2005 une charge globale de 74,8 millions d'euros.

(en millions d'euros)	
Participation	43,6
Intéressement	27,0
Abondement aux plans d'épargne	4,2
Total	74,8

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

5.4 Formation et relations professionnelles

5.4.1 Égalité professionnelle

Les femmes représentent 71 % de l'ensemble du personnel du Groupe sous contrat à durée indéterminée. Ce pourcentage se répartit de la façon suivante :

% de femmes	2005	2004
Répartition par secteur d'activités :		
Vins et Spiritueux	32	32
Mode et Maroquinerie	74	73
Parfums et Cosmétiques	80	80
Montres et Joaillerie	55	55
Distribution sélective	77	76
Autres	53	55
Répartition par catégorie socioprofessionnelle :		
Cadres	56	55
Techniciens et Agents de Maîtrise	69	68
Employés	80	80
Ouvriers	62	61
Répartition par zone géographique :		
France	67	66
Europe (hors France)	75	75
États-Unis	70	70
Japon	76	77
Asie (hors Japon)	76	76
Autres pays	60	60
Groupe LVMH	71 %	71 %

Cette répartition entre hommes et femmes se constate également dans le recrutement. Ainsi sur les 13 643 personnes recrutées en 2005 sous contrat à durée indéterminée, 75 % sont des femmes. Leur répartition par catégorie socioprofessionnelle est la suivante :

Recrutement - % de femmes	2005	2004
Cadres	57	56
Techniciens et Agents de Maîtrise	70	66
Employés	82	81
Ouvriers	45	53
Groupe LVMH	75 %	74 %

En France, les femmes représentent 67 % des participants aux sessions de formation.

5.4.2 Bilan des accords collectifs

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

Au cours de l'année 2005, les représentants du personnel ont participé à plus de 1 300 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'Entreprise	543
Délégué du personnel	390
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	185
Autres	189
Total	1 307

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, etc.)

5.4.3 Conditions d'hygiène et de sécurité

En 2005, il a été dénombré 1 026 accidents de travail ou de trajets avec arrêt de travail, qui se sont traduits par 22 736 journées de travail perdues.

En France, la répartition des accidents avec arrêt, par secteur d'activités, est la suivante :

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence	Taux de gravité
Vins et Spiritueux	118	24,1	0,7
Mode et Maroquinerie	94	12,7	0,2
Parfums et Cosmétiques	132	17,5	0,3
Distribution sélective	196	25,5	0,5
Autres	4	7,1	0,1
Total	544	19,4	0,4

Notes : le taux de fréquence est égal au nombre d'accidents avec arrêt, multiplié par 1 000 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées :

le taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées.

Près de 19,4 millions d'euros ont été investis en hygiène et sécurité en 2005. 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, signalisations, protections... Le montant de ces dépenses et investissements représente 1 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Plus de 12 700 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe, dans le monde entier.

5.4.4 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 s'effectue donc au quotidien sur le lieu même du travail et n'est pas comptabilisée dans les indicateurs présentés ci-dessous.

	2005	2004
Investissement formation (en millions d'euros)	44,6	46,6
Part de la masse salariale (en %)	2,3	2,8
Nombre moyen de jours de formation par salarié	3,5	2,9
Coût moyen de la formation par salarié (en euros)	737	773
Salariés formés au cours de l'année (en %)	72,3	70,6

L'investissement formation réalisé en 2005 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 44,6 millions d'euros, soit 2,3% de la masse salariale. L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein a été de 737 euros.

Ce montant a permis la réalisation de 210 000 journées de formation. 72 % des salariés ont eu accès à la formation en 2005 et le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 3,5 jours.

Les sessions d'accueil et/ou d'intégration organisées par les sociétés et/ou le Groupe ont accueilli plus de 15 700 participants au cours de l'année 2005.

5.4.5 Emploi et insertion des travailleurs handicapés

LVMH encourage les sociétés du Groupe à développer des actions en faveur des personnes rencontrant des difficultés d'insertion professionnelle. Plusieurs Maisons ont ainsi développé des partenariats avec des Centres d'Aide par le Travail afin de favoriser l'insertion professionnelle des personnes handicapées. La Maison Hennessy a notamment recours aux CAT dans le cadre de la sous-traitance d'opérations de reconditionnement. La Maison Parfums Christian Dior a créé un atelier aménagé destiné à accueillir le personnel industriel présentant des restrictions médicales sérieuses ; cet atelier compte aujourd'hui 26 personnes. D'autres devraient être prochainement créés.

En France le personnel handicapé représente 2,1 % de l'effectif total. Les prestations sous-traitées en France à des Centres d'Aide par le Travail ont représenté un montant de 2,2 millions d'euros en 2005.

5.4.6 Oeuvres sociales et prestations complémentaires

En 2005, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 11 millions d'euros, soit 1,8 % de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles par leur contribution aux Comités d'Entreprise.

Les frais de restauration du personnel représentent un budget de 9,8 millions d'euros.

5.5 Relations avec les tiers

5.5.1 Relations avec les fournisseurs

L'essentiel des activités de production du Groupe se situe en France et la majorité des sous-traitants se situe en Europe, ce qui garantit le respect 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. En particulier, Moët & Chandon signe avec ses sous-traitants un cahier des charges qui concerne entre autres le respect de l'environnement et le respect des droits fondamentaux du travail. Des audits sont effectués auprès des fournisseurs.

Sephora inclut 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 éthique de pré-audits sociaux basée sur le respect des réglementations locales et des standards définis par la Norme SA 8000 qui se base sur les conventions de l'OIT : non-travail des enfants, conditions de travail, hygiène et sécurité, représentation et droit à la négociation collective, non-discrimination, pratiques disciplinaires, temps de travail et rémunération. Pour mener à bien un pré-audit social de façon autonome, les acheteurs Louis Vuitton reçoivent une formation théorique présentant la démarche et les critères ainsi qu'une formation pratique sur le terrain en étant accompagnés par un auditeur social. Ainsi en 2005, plus de 20 pré-audits sociaux SA 8000 ont été réalisés aboutissant à la qualification de 11 nouveaux fournisseurs.

Donna Karan International a conçu un « Vendor Code Of Conduct » reprenant les principes fondamentaux du droit du travail et encourageant les plus hauts standards éthiques. La société a également instauré un « Vendor Compliance Agreement » qui prévoit des audits indépendants des fournisseurs pour vérifier que les engagements sont respectés.

De la même manière, TAG Heuer demande à tous ses nouveaux fournisseurs étrangers un engagement écrit sur le respect des engagements de responsabilité sociale définis dans la norme SA 8000.

Il en est de même pour les sociétés Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy et Guerlain qui ont mis en place des cahiers des charges comportant la conformité aux dispositions de la norme SA 8000.

Enfin, et afin de faciliter les échanges et le développement des meilleures pratiques au sein des différentes sociétés, LVMH a mis en place un réseau de correspondants impliqués dans les relations avec les fournisseurs. Une réunion s'est tenue en octobre 2005 au cours de laquelle des responsables des sociétés Louis Vuitton, Tag Heuer et Donna Karan ont présenté leurs démarches.

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

LVMH pratique une politique de maintien et de développement de l'emploi. Grâce au développement soutenu de nos marques, de nombreux emplois commerciaux sont créés dans l'ensemble des pays où nous sommes présents, en particulier dans le cadre de l'extension du réseau de magasins en propre. L'ouverture de la Maison Louis Vuitton sur les Champs-Élysées à Paris a ainsi donné lieu à de nombreux recrutements ainsi qu'à un renforcement des équipes internationales. De même, l'ouverture de la Galeria d'Okinawa au Japon s'est traduite par la création de près de 600 emplois. En France, La Samaritaine, qui a été contrainte de fermer ses portes afin de réaliser des travaux de mise en sécurité, a mis en place, jusqu'au 31 octobre 2006, un dispositif exceptionnel d'accompagnement afin de trouver une solution de redéploiement professionnel adaptée à la situation individuelle de chaque salarié. Ce plan de redéploiement a fait l'objet d'un accord d'entreprise signé par la majorité des organisations syndicales le 6 février 2006.

Il n'y a pas eu de licenciement collectif significatif en France en 2005.

De nombreuses sociétés du Groupe de grande taille sont implantées historiquement dans les provinces françaises et sont des acteurs incontournables du développement de l'emploi dans leurs régions respectives : Parfums Christian Dior à Saint Jean de Braye (près d'Orléans), Veuve Clicquot Ponsardin et Moët & Chandon en Champagne, Hennessy à Cognac ont développé des politiques de relation et de communication avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines culturel, de l'éducation et de l'emploi. Sephora, qui déploie des magasins dans toute la France (61 % de l'effectif travaille en dehors de la région parisienne), mène régulièrement des actions favorisant l'emploi local.

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

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

Les sociétés du Groupe poursuivent une politique constante d'embauche de personnes peu qualifiées qu'elles forment pendant plusieurs mois aux procédés et techniques de fabrication de leurs produits. L'acquisition et la maîtrise de ces savoir-faire artisanaux nécessitent des années d'apprentissage dans la plupart de nos métiers : notamment ceux liés au travail du cuir, à la couture, à la vigne et à l'élaboration des vins, à l'horlogerie. Des actions de parrainage ont ainsi été entreprises avec des lycées, des écoles de formation technique ou des centres de formation des apprentis afin de former les professionnels de demain. Chaque société développe ses propres initiatives.

Louis Vuitton a développé avec le lycée d'Issoudun une formation post-baccalauréat destinée à former les futurs maroquiniers pour l'atelier prototypes, l'atelier réparations et les commandes spéciales. Cette formation se déroule sur un an et est composée de quatre périodes de cours (un mois chacune) et de quatre périodes de stage (un mois chacune) en production, mise au point, méthodes. Hennessy a également développé un partenariat avec le lycée technique Louis Delage à Cognac afin de former des machinistes régleurs et accueille régulièrement des apprentis tonneliers. L'intégration par TAG Heuer d'un Horloger Formateur hautement qualifié a permis à la marque d'identifier et de recruter des collaborateurs sans qualification initiale en horlogerie et de les former aux différents métiers de ce secteur.

Le 9 juin 2005, LVMH a signé la Charte de l'apprentissage. Celle-ci vise à promouvoir la formation et la qualification des jeunes notamment en accroissant le nombre d'apprentis et en valorisant cette filière. Près de 200 contrats de professionnalisation et d'apprentissage ont été signés en 2005. D'autre part, la politique de recrutement du Groupe s'accompagne d'initiatives en faveur de personnes en difficulté. Ainsi Louis Vuitton a signé des accords visant l'insertion de personnes en longue maladie au sein de ses ateliers et Veuve Clicquot Ponsardin a établi des partenariats avec l'ANPE pour l'accueil de jeunes en stages d'insertion.

5.6 Respect des conventions internationales

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

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

6. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2005 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 et de Louis Vuitton, Le Bon Marché 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 2005 le reporting porte sur 403 sites (381 sites en 2004) ; 26 sites du périmètre sont exclus cette année, leurs impacts sur l'environnement étant toutefois peu significatifs à l'échelle du Groupe. Les évolutions du périmètre par rapport à 2004 proviennent essentiellement :

- de la non prise en compte des sites administratifs et de production des sociétés cédées ou en cours de cession au 31 décembre 2005, ou des activités démenagées ;
- de la fermeture de la Samaritaine ;
- de l'intégration de la distillerie polonaise de Millennium, Polmos Zyrardow (1 site).

Le reporting de 2005 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, sous réserve des marques mentionnées 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 lequel le Groupe n'exerce pas de contrôle opérationnel.

Compte tenu de son intégration récente dans le Groupe, Glenmorangie ne sera pris en compte dans les données environnementales qu'à compter de 2006, après audit. Par son volume d'activité, Glenmorangie aura un impact notable sur les données environnementales du Groupe.

Par rapport au périmètre du reporting financier, le périmètre environnement couvre en 2005 :

- 94 % en nombre des sites de production, entrepôts et sites administratifs du Groupe ;

- 35 % en surface de la totalité des surfaces de vente du Groupe (la diminution par rapport à l'année 2004 est due à la fermeture de la Samaritaine).

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. Depuis l'exercice 2002, le reporting environnemental Groupe annuel fait l'objet d'une vérification par les Commissaires aux Comptes du Groupe.

6.1 Consommation d'eau, matières premières et énergie

6.1.1 Consommation d'eau

La consommation d'eau est analysée pour les utilisations suivantes :

- besoins « process » : utilisation de l'eau pour les opérations de nettoyage (cuves, produits, appareils, sols), la climatisation, le personnel..., 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)	2005	2004	Évolution (%)
Besoins process	1 438 884	1 683 937	(15)
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	6 648 138	7 445 085	(11)

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a diminué de 15 % en valeur absolue entre 2004 et 2005 ; cette baisse est liée à la fermeture de la Samaritaine (environ 300 000 m³ en 2004). Elle atteint environ 1,44 million de m³. À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les prélèvements d'eau représentent environ 3,8 milliards de m³ (données IFEN, 2005).

Chez Parfums Christian Dior, les installations de chauffage

et de refroidissement sont le principal poste de consommation d'eau, environ 40 %. Ainsi, le remplacement des pompes à vides des équipements de refroidissement par des électrovannes a participé à la réduction d'environ 7 % du niveau de consommation global d'eau en 2005.

Chez Moët & Chandon, l'utilisation d'une eau enrichie en gaz carbonique permet de réduire de 20 % à 30 % les quantités d'eau nécessaires aux nettoyages des cuves.

(en m ³)	Besoins process		Évolution (%)
	en 2005	en 2004	
Vins et Spiritueux	618 458	569 036	9
Parfums et Cosmétiques	447 465	482 957	(7)
Mode et Maroquinerie	131 897	122 807	7
Montres et Joaillerie	13 389	14 367	(7)
Distribution sélective	209 586 ^(a)	474 723	(56)
Holding	18 089	20 047	(10)
Total	1 438 884	1 683 937	(15)

(a) La diminution des besoins process de la Distribution sélective est due à l'évolution du périmètre.

L'utilisation de l'eau est absolument nécessaire à la vie des vignes en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande en raison du climat. L'irrigation est étroitement encadrée par les autorités locales qui délivrent des autorisations 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 de chaque domaine sont désormais couvertes par cette pratique ;
- anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation (stations météorologiques chez Domaine Chandon Californie) ;
- vérifications périodiques des systèmes d'irrigation pour éviter les risques de fuites ;

- pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui, 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.

6.1.2 Consommation d'énergie

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

En 2005, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 365 006 MWh répartis entre les sources suivantes : 63 % en électricité, 28 % en gaz naturel, 4 % en fioul et 5 % en autres sources (vapeur, fioul lourd, butane ou propane). Cette consommation provient en ordre décroissant des activités Vins et Spiritueux (30 %), Distribution sélective (25 %) Parfums et Cosmétiques (23 %) et Mode et Maroquinerie (18 %). Les 4 % restants sont générés par les Montres et Joaillerie et l'activité administrative de la holding.

À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité sont de 128 000 000 MWh (données MINEFI, 2004) et celles de gaz de 158 000 000 MWh (données MINEFI, 2004).

Consommation d'énergie en MWh	2005	2004	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	110 762	109 836	1
Parfums et Cosmétiques	81 635	87 185	(6)
Mode et Maroquinerie	66 049	62 334	6
Montres et Joaillerie	7 829	7 430	5
Distribution sélective	91 826	115 936	(21)
Holding	6 905	6 953	(1)
Total	365 006	389 673	(6)

Pour 2005, la répartition des sources d'énergie est la suivante :

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul	Autres
Vins et Spiritueux	51 079	38 723	11 189	9 771
Parfums et Cosmétiques	40 812	40 778	39	6
Mode et Maroquinerie	39 680	20 726	1 034	4 609
Montres et Joaillerie	3 514	2 841	1 474	-
Distribution sélective	88 224	-	4	3 598
Holding	5 606	433	29	837
Total	228 915	103 501	13 769	18 821

6.1.3 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 : bouteilles, cartons, capsules...
- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis...
- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...

- Montres et Joaillerie : étuis et écrins...
- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets...
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 2004 et 2005 :

Emballages mis sur le marché (en tonnes)	2005	2004	Évolution (%)	Augmentation des ventes en 2005 (%)
Vins et Spiritueux	117 735	113 607	4	11
Parfums et Cosmétiques	16 678	19 673	(15)	7
Mode et Maroquinerie	2 269	2 576	(12)	12
Montres et Joaillerie	213	228	(7)	17
Distribution sélective	1 502	1 451	4	13
Total	138 397	137 535	1	11

En 2005, la répartition du poids total d'emballages consommés, par type de matériau, est la suivante :

(en tonnes)	Verres	Papier-carton	Plastiques	Métal	Autres matériaux d'emballages
Vins et Spiritueux	104 332	10 837	498	892	1 175
Parfums et Cosmétiques	9 576	3 374	3 253	282	193
Mode et Maroquinerie	-	2 161	3	-	105
Montres et Joaillerie	1	173	16	9	15
Distribution sélective	34	1 241	225	1	-
Total	113 944	17 786	3 995	1 185	1 488

6.2 Utilisation des sols ; émissions dans l'air, l'eau et le sol

6.2.1 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 : 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 vignerons travaillant avec Veuve Clicquot. Comme l'année passée, 80 % des surfaces viticoles sont ainsi couvertes.

Des pratiques de viticulture raisonnée sont également mises en œuvre par Moët & Chandon et les Maisons de Wine Estates : développement de l'enherbement, utilisation de solutions alternatives à certains insecticides...

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

Compte tenu des activités du Groupe, les seules émissions pouvant affecter significativement l'environnement sont 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 2. Elles incluent les émissions directes (combustion sur site) et les émissions indirectes (provenant de la production d'électricité et de vapeur utilisée par les sites).

Leur répartition par secteur d'activité est la suivante :

(en tonnes équivalent CO ₂)	Émissions de CO ₂ en 2005	Évolution en 2005 (%)	Émissions de CO ₂ directes	Émissions de CO ₂ indirectes
Vins et Spiritueux	21 480	14	13 276	8 204
Parfums et Cosmétiques	11 262	(7)	8 242	3 020
Mode et Maroquinerie	12 554	10	5 425	7 129
Montres et Joaillerie	1 230	5	983	247
Distribution sélective	22 079	(25) ^(a)	1	22 078
Holding	670	3	96	574
Total	69 275	(6)	28 023	41 252

(a) La diminution des émissions de la Distribution sélective est due 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 2005.

Hennessy continue à privilégier le transport de ses produits par bateau, un mode de transport qui émet 85 fois moins de gaz à effet de serre que l'avion : 90,9 % en tonnes.kilomètres des produits Hennessy ont été ainsi expédiés par ce mode de transport, 7,6 % par la route, 1,2 % par le rail et 0,3 % par avion.

En Champagne, une plateforme logistique commune à toutes les Maisons permet d'optimiser la phase de transport et de systématiser le plus possible le recours au transport maritime. Ainsi, le fret aérien chez Moët & Chandon comme chez Veuve Clicquot est limité aux cas d'extrême urgence soit à moins de 0,5 % des expéditions.

À la suite du Bilan Carbone ayant démontré l'impact majeur du transport aérien en terme d'émissions de gaz à effet de serre, Louis Vuitton a mis en œuvre un plan d'actions pour développer le recours au transport maritime. Ce plan d'action tient toutes ses promesses : 20 % en 2003, 40 % en 2004 et 50 % en 2005 des envois d'articles de maroquinerie ont été réalisés par bateau ; l'objectif est d'atteindre 60 % en 2006. La question des déplacements des salariés a également été prise en compte : leur impact n'est pas négligeable, ils représentent 12 % de la consommation d'énergie de Louis Vuitton. C'est de manière globale que cet aspect a été abordé : encouragement du covoiturage, rationalisation des voyages Europe-Asie-États-Unis, multiplication des vidéoconférences sont autant d'actions déployées pour réduire les consommations d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre associées. Enfin, un nouveau système d'éclairage à iodure métallique a été installé avec succès dans tous les magasins ouverts en 2005, notamment celui

des Champs-Élysées à Paris. L'objectif initial de réduire de 30 % les consommations électriques liées à l'éclairage a été largement dépassé avec une réduction réelle de 60 %. Effet secondaire bénéfique, la chaleur dégagée par l'éclairage ayant diminué, l'énergie utilisée pour la climatisation a également été réduite de 40 %.

Pour éclairer ses parfumeries du Texas, Sephora États-Unis a choisi « Green Mountain », un fournisseur d'électricité issue de ressources renouvelables comme l'énergie solaire, hydraulique ou éolienne. Les émissions de CO₂ liées à cette électricité sont plus faibles que celles issues de la combustion de ressources fossiles (charbon, pétrole ou gaz).

6.2.3 Émissions dans l'eau

Les activités du Groupe n'ont qu'un faible impact sur la qualité de l'eau. Les émissions retenues ici sont les rejets par les 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 à 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.

DCO après traitement (tonne/an)	En 2005	En 2004	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	143,3	74,0	93,6 ^(a)
Parfums et Cosmétiques	6,2	19,5	(68,2) ^(b)
Total	149,5	93,5	

(a) Évolution due à l'intégration de Polmos Zyrardow, de Cloudy Bay et Cape Mentelle.

(b) Évolution due à la mise en œuvre d'une station d'épuration performante sur le site de Guerlain à Chartres.

6.2.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 86 % des déchets ont été valorisés, 85 % en 2004. Ce chiffre 2005 ne prend pas en compte la production ponctuelle en 2005 de 15 000 tonnes de déchets inertes et non dangereux liés à la démolition d'un site. Avec prise en compte de ces 15 000 tonnes le taux moyen de valorisation est ramené à 62 %.

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 en 2005 ^(a)	Déchets produits en 2005	Déchets produits en 2004	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	102	26 148	26 909	(3)
Parfums et Cosmétiques	856 ^(b)	7 824	7 970	(2)
Mode et Maroquinerie	33	19 275	4 911	293 ^(c)
Montres et Joaillerie	11	173	176	(2)
Distribution sélective	6	1 783	4 906	(64) ^(d)
Holding	-	206	204	1
Total (tonnes)	1 008	55 409	45 076	23

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

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

(c) Augmentation due à une production ponctuelle de déchets liée à la déconstruction d'un site (15 000 tonnes).

(d) Diminution due à l'évolution du périmètre (fermeture de la Samaritaine).

(en %)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisés
Vins et Spiritueux	3	87	1	91
Parfums et Cosmétiques	9	44	29	82
Mode et Maroquinerie	1	8	6 ^(a)	15
Montres et Joaillerie	12	18	51	81
Distribution sélective	-	66	9	75
Holding	-	99	-	99
Total	3	52	7	62

(a) Les déchets ponctuels générés par la déconstruction d'un site (15 000 tonnes) ne sont pas valorisés. Ils pénalisent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie en 2005.

Moët & Chandon s'est engagé avec l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) dans un programme pilote de réduction à la source de 10% des déchets sur 2 ans. Annuellement 7 000 tonnes des déchets produits sont liées à l'élaboration du vin ; cette part est incompressible. Les efforts ont ainsi porté sur les 1 000 tonnes restantes (déchets d'emballage pour l'essentiel). Fin 2005, le bilan est encourageant : la réduction obtenue est de 2 à 3 % malgré la forte hausse d'activité de décembre 2005. L'objectif initial sera atteint en 2006 en raison des efforts entrepris : réutilisation des emballages de transport, réduction de leur masse, augmentation de la part recyclée.

Suite logique des actions menées depuis plusieurs années, Parfums Givenchy a augmenté de manière significative la part recyclée de ses déchets. Ainsi dans l'usine de Verdun, dans l'Aisne, la masse de carton recyclé a augmenté de 11,6 %, passant de 441 tonnes en 2004 à 492 tonnes en 2005, et la quantité de plastique revalorisé a progressé de 164,9 %, de 37 tonnes en 2004 à 98 tonnes en 2005.

Chez Parfums Christian Dior, l'optimisation du tri des déchets s'est poursuivie en 2005 : 30 tonnes de déchets plastiques, auparavant jetées, ont été collectées et compactées durant les neuf premiers mois, afin d'être recyclées.

6.3 Mesures prises pour limiter les atteintes 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 du groupe d'activités s'attachent à ne pas utiliser de plantes protégées, rares, menacées mais des plantes communément utilisées ou cultivées spécifiquement pour les besoins de l'activité.

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

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

6.4.1 Organisation

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, Bernard Arnault a adhéré au Pacte Mondial (Global Compact) des Nations Unies. Le Groupe s'engage ainsi à :

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

La Direction de l'Environnement du Groupe, rattachée au Conseiller du Président, a été mise en place pour :

- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, dans le respect 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 poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total d'environ 7 300 heures.

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

Chez Veuve Clicquot, environ 1 200 personnes ont été sensibilisées à la démarche environnementale au cours des vendanges 2005 (vendangeurs et personnels saisonniers).

Chez Louis Vuitton Malletier, 350 heures de formation ont été dispensées dans l'atelier de Barbera (Espagne) par des auditeurs internes spécialisés.

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 Environnement » où sont systématiquement mentionnées des informations sur l'environnement dans le Groupe ;
- Parfums Christian Dior a distribué à l'ensemble du personnel du site de production à Saint Jean de Braye, soit 1 400 personnes, un livret intégrant consignes de sécurité et environnement (tri des déchets, économie d'énergie...) ;
- Parfums Givenchy et Moët & Chandon ont intégré des modules de sensibilisation à l'environnement dans les livrets d'accueil et les formations nouveaux arrivants ;
- 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 gestes effectués au quotidien permettant de diminuer les impacts sur l'environnement.

En matière de prévention des risques, de nombreuses actions ont été menées en 2005.

Chez Veuve Clicquot et Krug, les cuveries ont été mises sous rétention. Ces capacités de rétention sont destinées à contenir des fuites accidentelles, les effluents et les eaux d'extinction en cas d'incendie.

La société Kami s'est équipée d'une cuve enterrée de 100 m³ afin de récupérer les effluents et les eaux d'extinction en cas d'incendie.

Parfums Givenchy poursuit son travail sur le risque chimique et la mise en place d'une traçabilité de l'exposition des salariés aux produits dangereux.

La prévention des risques fait également l'objet d'une partie distincte (cf. partie 2.2 Risques industriels et environnementaux).

6.4.2 Démarches d'évaluation ou de certification

Chaque société du Groupe est responsable localement et doit, conformément à la Charte Environnement LVMH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement, notamment en définissant sa propre politique environnementale et en se fixant des objectifs. Chaque société a à sa disposition le guide d'auto-évaluation LVMH et peut, si elle le souhaite, faire certifier son système ISO 14001 ou EMAS. Dès 1998, Hennessy fut la première société au monde à recevoir cette certification 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).

La totalité des sites de Krug et Veuve Clicquot sont certifiés ISO14001. Dans ce cadre, 14 audits internes ont été réalisés au cours de l'année 2005 chez Veuve Clicquot.

La démarche ISO 14001 se poursuit également chez Louis Vuitton : après la certification de l'atelier de Barbera en 2004, ce sont désormais les entrepôts de logistique de Cergy en France : le déploiement des exigences normatives a débuté en septembre 2005, pour un objectif de certification fin 2006.

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 financière. Elle compte à ce jour onze collaborateurs, 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. Deux sociétés ont ainsi fait contrôler leur site en 2005.

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

Pour assurer ce suivi réglementaire, 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 2005, 23 audits environnement externes et 18 audits environnement internes ont été effectués sur les sites. Un audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, sur l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver : gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement ; il donne lieu à un rapport écrit et à des recommandations.

Ce chiffre ne couvre pas les nombreux contrôles de conformité pouvant porter sur un point spécifique de réglementation environnementale, contrôle du tri des déchets par exemple, réalisés périodiquement par les sociétés du Groupe sur leurs sites. À ces contrôles s'ajoute depuis 2003 une revue de la conformité réglementaire environnementale par les compagnies d'assurances, qui ont intégré un volet environnement lors des visites d'ingénierie incendie sur les sites des sociétés du Groupe ; 30 sites du Groupe ont été ainsi évalués en 2005.

En 2005, les principales mesures de mise en conformité à la législation et à la réglementation environnementales 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.

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

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

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

En 2005, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement se répartit de la façon suivante :

- charges d'exploitation : 5,1 millions d'euros ;
- investissements : 3,7 millions d'euros.

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

Aucune provision pour risques environnementaux n'a été constituée au cours de l'exercice 2005.

6.4.6 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.

6.4.7 Sécurité du consommateur

L'objectif de LVMH est d'assurer la sécurité de la santé humaine en sélectionnant, en amont, les ingrédients utilisés dans la fabrication des produits et en déterminant les méthodes alternatives de production appropriées.

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

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

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

Dans le domaine de l'environnement, l'évolution des connaissances scientifiques et/ou de la réglementation peut conduire à la substitution de certains ingrédients. Ainsi il a été décidé de ne plus utiliser le triclosan dans les produits du fait de son risque environnemental, alors même que ce produit a été évalué favorablement par les instances scientifiques européennes (Comité scientifique directeur et SCCP) en 2002, en termes de sécurité du consommateur.

7. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

7.1 Vins et Spiritueux

La société LVMH et ses filiales sont propriétaires de vignobles en France et à l'étranger ; aux 31 décembre 2005 et 2004, les superficies détenues sont les suivantes :

(en hectares)	Total 2005	dont en production	Total 2004	dont en production
Appellation Champagne	1 764	1 658	1 752	1 614
Appellation Cognac	250	177	252	178
Yquem	188	100	188	105
Autres vins :				
Californie (États-Unis)	465	318	467	322
Argentine	1 369	765	1 369	766
Australie, Nouvelle Zélande	559	317	751	372
Brésil	232	63	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 détenus et le nombre d'hectares réputés en production correspond à des surfaces plantées, mais non encore productives, et à des surfaces en jachère.

Les variations entre 2004 et 2005 proviennent principalement de l'acquisition de vignobles et de la plantation de nouvelles surfaces par Moët & Chandon et, à l'inverse, de la cession de Mount Adam en Australie en 2005.

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des vineries, des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Brésil et Nouvelle Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, en Grande-Bretagne et en Pologne. L'ensemble représente environ 700 000 m² en France et 300 000 m² à l'étranger.

Glenmorangie possède trois distilleries en Écosse et, près d'Édimbourg, des bâtiments industriels et de stockage.

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 35 000 m².

Les magasins de détail de Louis Vuitton sont situés dans des emplacements prestigieux des plus grandes villes du monde, et sont généralement en location. Cependant, Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins à Kobe et Tokyo au Japon, Hawaï, Séoul, Taipei, Sydney, Copenhague, Stockholm, Caracas, Rome, Gêne, Cannes, et Saint-Tropez ; l'ensemble représente environ 10 000 m².

En 2005, le réseau de Louis Vuitton s'est accru de 5 boutiques. Le nombre total de « global stores » à fin décembre 2005 est de 57 dont 5 ouverts en 2005 à Zürich, Sao Paulo, Séoul, Honolulu et Pékin.

Louis Vuitton 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 loue un atelier à San Dimas en Californie. Louis Vuitton est également locataire d'un atelier de fabrication de montres à la Chaux-de-Fonds en Suisse. Les entrepôts sont la propriété de la société en France mais sont en location à Hawaï, en Asie et en Océanie ; l'ensemble en propriété représente environ 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 à Fendi, 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 logistique 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 3 500 m². Fendi occupe un immeuble à Rome, le «Palazzo Fendi», financé par crédit-bail où sont situées une boutique ainsi que certaines fonctions de la société. 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 et Givenchy louent leurs sièges sociaux et leurs ateliers à Paris, et leurs magasins dans le monde. Kenzo loue des installations de logistique près de Tours en France, utilisés par Kenzo, 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.

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.

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.

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 ayant 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, est propriétaire de 2 200 m² de bureaux à Madrid qui abritent également les autres Maisons de parfums et cosmétiques y compris Parfums Loewe.

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.

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.

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 à des tiers. La Samaritaine est par ailleurs propriétaire d'installations de stockage à Marne La Vallée près de Paris, d'une superficie de 33 000 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 Waïkiki (Hawaï), de Guam (Tumon Bay Galleria) et de Saïpan, propriétés de DFS.

7.6 Autres activités

DI Group loue ses bureaux à Paris ; LVMH possède à Paris des surfaces de bureaux de 965 m², loués à Radio Classique.

LVMH est propriétaire de deux immeubles à New York sur 57th Street : l'un d'une surface de 10 000 m² qui abrite les bureaux américains de filiales du Groupe, l'autre à l'angle de la 5th Avenue d'une surface de 8 500 m² où se trouvent 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 Montaigne à Paris est en location mais LVMH détient 40 % de la société propriétaire de l'immeuble ; LVMH loue également un immeuble de bureaux 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 de distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales, et toutes autres matières inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au bilan, au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de manière significative en cas d'issue défavorable.

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

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 18,5 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, à l'issue de l'audience du 21 mars 2006, a annoncé qu'elle rendra son arrêt le 30 juin 2006.

9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS A LA CLÔTURE

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

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

Suite à une enquête initiée en 1998 sur la situation de la concurrence dans le secteur de la parfumerie de luxe en France, le Conseil de la Concurrence a rendu le 14 mars 2006 une décision condamnant les principaux fabricants et distributeurs pour des faits remontant aux années 1997 à 2000. Les sanctions pécuniaires infligées aux sociétés du Groupe s'élèvent globalement à 14,5 millions d'euros. Ces dernières font appel de cette décision.]

LE GROUPE LVMH

ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

	<i>Page</i>
1. ÉVOLUTIONS RÉCENTES	62
2. PERSPECTIVES	62

ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

1. ÉVOLUTIONS RÉCENTES

Les tendances observées en début de l'année 2006 prolongent la forte dynamique de 2005 : les ventes continuent de progresser fortement pour l'ensemble des groupes d'activités, notamment aux États-Unis et en Asie, tandis que la France et le Japon confirment l'activité soutenue réalisée en 2005.

Les marques phares du Groupe continuent leur progression, Louis Vuitton en particulier réalise un excellent début d'année et poursuit la croissance à deux chiffres de ses ventes. Les marques en développement confirment leur dynamique.

2. PERSPECTIVES

Dans un environnement monétaire plus favorable, les économies américaines et asiatiques sont en pleine expansion et l'Europe confirme son rebond. Dans ce contexte, LVMH va poursuivre son développement en 2006 grâce à la force et à la complémentarité de ses marques, aux lancements de nouveaux produits et à la conquête de nouveaux marchés.

L'augmentation de nos parts de marché et la rentabilité de nos grandes marques, l'amélioration des résultats des sociétés en développement et la génération de trésorerie restent des objectifs prioritaires pour LVMH.

Ces éléments permettent de confirmer l'objectif d'une augmentation très significative des résultats en 2006.

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

	<i>Page</i>
1. PRÉPARATION ET ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	64
2. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE	65
3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE	70

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

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

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

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

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

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

1.1 Conseil d'Administration

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

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

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

Au cours de l'exercice 2005, 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 82 % en moyenne.

Le Conseil a arrêté les comptes annuels et semestriels et s'est prononcé notamment sur les grandes orientations stratégiques du Groupe, le budget, la mise en place d'un plan d'options de souscription d'actions et l'attribution d'actions gratuites, l'autorisation de cautions au profit de tiers ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

Le montant total des jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration au titre de l'exercice 2005 s'est élevé à 1 080 000 euros.

1.2 Direction Générale

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

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

1.3 Comité d'Audit de la Performance

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

Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration. Il est actuellement composé de trois Administrateurs dont deux sont indépendants : Messieurs Antoine Bernheim (Président), Nicholas Clive-Worms et Gilles Hennessy.

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2005. Toutes les réunions à l'exception de l'une d'entre elles ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, d'un 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, du Directeur du Financement et du Directeur de la Trésorerie.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, les travaux du Comité ont porté principalement sur la mise en œuvre des normes IFRS, l'application de la Loi de Sécurité Financière, la politique de couverture de change, l'analyse des marques et écarts d'acquisition et les résultats des tests de valorisation afférents ainsi que sur 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.

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

Le Comité s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2005 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.

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

2.1.1 La structure du Groupe

Le Groupe 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 œuvre de synergies entre sociétés d'un même métier dans les domaines Recherche et Développement, achats, fabrication, administration, etc.

La structure du Groupe implique un dispositif de contrôle interne à la fois décentralisé (au niveau des groupes d'activités et des marques) et unifié autour d'une méthodologie commune et d'un référentiel unique, tous deux coordonnés en central et déployés à travers le Groupe.

2.1.2 Les objectifs de contrôle interne

Les objectifs de 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, mais en aucun cas absolue, quant à :

- l'exécution et l'optimisation des opérations ;
- la fiabilité des informations financières et comptables ;
- la conformité aux lois et réglementations en vigueur.

Cette définition du contrôle interne s'étend au-delà des questions directement liées au système comptable et financier. Le processus de contrôle interne est en effet composé de cinq éléments interdépendants :

- un environnement général de contrôle ;
- une évaluation des risques ;
- des contrôles appropriés ;

- un système d'information et de communication permettant l'exercice efficace des responsabilités ;
- un plan de suivi et de progrès.

En termes de déclinaison du contrôle interne, la société mère LVMH S.A. est responsable de son propre contrôle interne tout en assurant un rôle de coordination et d'impulsion de l'ensemble du contrôle interne des sociétés du Groupe.

Le Président d'une marque est quant à lui responsable du contrôle interne de l'ensemble des filiales qui contribuent, au plan mondial, au développement de sa marque, chaque Président de filiale l'étant pour les activités placées sous sa responsabilité.

2.2 Dispositif de contrôle interne en place chez LVMH

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

Le Comité d'Audit de la Performance

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

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.

La Direction Juridique

Dans le cadre de ses responsabilités, la Direction Juridique du Groupe veille à l'application des législations et des règlements en vigueur dans les pays où est implanté le Groupe LVMH. Elle a également un rôle central de veille juridique et de conseil auprès des différents groupes d'activités du Groupe.

L'Audit Interne

Fort d'une équipe pluridisciplinaire d'une 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.

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

Ce plan pluriannuel d'interventions permet de vérifier et de renforcer la compréhension et l'appropriation du processus de contrôle interne ainsi que la correcte application des procédures en vigueur. Le plan d'audit est élaboré à partir d'une analyse des risques potentiels par type d'activité (taille, contribution au résultat, éloignement géographique, qualité du management en place...) et d'entretiens avec les responsables opérationnels concernés. L'Audit Interne intervient notamment dans toutes les sociétés du Groupe, à la fois sur des thèmes opérationnels ou financiers 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 économique et politique 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 concernés.

L'Audit Interne a été chargé depuis 2003 de la coordination de la mise en œuvre des dispositions de la loi de Sécurité Financière relatives au contrôle interne pour le Groupe, poursuivie tout au long de 2004 et de 2005 par le biais d'une cellule dédiée.

Cette cellule est relayée dans les sociétés les plus significatives par des contrôleurs internes. Ces derniers sont chargés à la fois de veiller au respect des procédures de contrôle interne du Groupe et d'élaborer les contrôles propres à leurs métiers. Ils sont en outre les vecteurs des différents projets relatifs au dispositif de contrôle interne et favorisent la diffusion et l'application des instructions.

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 les conséquences.

Certains risques propres à l'activité du Groupe font l'objet d'un suivi particulier :

- des facteurs de risques généraux :
 - la contrefaçon,
 - présence de marchés parallèles,
 - concurrence sur les principaux marchés,
 - saisonnalité de l'activité,
 - internationalisation de l'activité.
- des risques industriels et environnementaux (sécurité industrielle, rappel des produits, etc.)

Ces risques sont détaillés dans 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 & télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font également l'objet de procédures particulières : une mission est actuellement en cours au niveau du Groupe LVMH afin de définir les grandes lignes d'un plan de continuité des opérations

ainsi qu'un plan de sauvegarde des données informatiques pour chaque entité significative.

Les procédures d'application sont élaborées par la société mère et applicables par chaque société du Groupe. 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 sur 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 a coordonné notamment en 2004 le projet de mise en place des nouvelles normes IAS / IFRS et participe avec les directions concernées au projet d'unification du reporting au niveau mondial.

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 ré-estimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

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

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

L'arrêté des comptes trimestriels, semestriels et annuels fait l'objet de réunions spécifiques de présentation des résultats en présence notamment des représentants financiers du Groupe et des sociétés concernées durant lesquelles les Commissaires aux Comptes font état de leurs conclusions, tant en termes de 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 Formalisation et évaluation à terme du contrôle interne

2.4.1 Démarche spécifique : le projet LSF

2.4.1.1 Les objectifs

Au-delà du dispositif de contrôle interne existant, le Groupe LVMH a, dans le cadre de la Loi de Sécurité Financière (LSF), poursuivi en 2005 la démarche entreprise en 2003 et 2004, 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.

2.4.1.2 La démarche

La démarche globale définie en 2003, adaptée à la configuration et à la culture du Groupe, a consisté en :

- la définition du périmètre LSF incluant les sociétés les plus significatives ;
- l'envoi d'instructions détaillées de la Direction Générale du Groupe aux Présidents de ces sociétés ;
- la revue de l'environnement général de contrôle, au moyen d'un questionnaire, le Questionnaire d'Environnement Général (QEG), dont l'objectif est l'évaluation par le Président de l'environnement général de contrôle de l'entité dont il a la responsabilité sur la base des cinq composants « COSO » ;
- la revue détaillée des processus métiers clés (matérialité / occurrence des risques...) permettant le pilotage des principaux risques et contrôles associés.

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

Ce référentiel de contrôle interne, couvrant douze processus clés (Ventes, Ventes Retail, Achats, Licences, Voyages et déplacements, Inventaire, Production, Cash, Immobilisations, Ressources Humaines, Systèmes d'information et Clôture des comptes) constitue :

- un guide efficace pour identifier les risques et contrôles associés ;
- un outil adapté aux différents environnements et organisations.

La démarche 2005 a consisté à poursuivre et à renforcer ce qui avait été entrepris les années précédentes : élargissement du périmètre couvert à d'autres entités du Groupe, effort renforcé de sensibilisation et formation, développement de nouveaux outils de suivi.

2.4.2 Diligences et appréciations par les dirigeants

Ces démarches sont menées en interne avec des validations externes indépendantes. Elles permettent d'utiliser la connaissance et l'implication des responsables opérationnels et de faciliter le processus d'amélioration permanente du contrôle interne au sein du Groupe. Les Commissaires aux Comptes ont été tenus informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'Audit de la Performance, via des comptes rendus périodiques ; 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 depuis 2003 dans une démarche progressive d'évaluation et d'optimisation de son contrôle interne sur les plans tant opérationnel que financier et réglementaire.

En 2005 l'ensemble des entités significatives s'est engagé dans la revue de son système de contrôle interne. L'adéquation des contrôles en place face aux risques encourus, leur description et formalisation ont été analysées.

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

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton et en application des dispositions de l'article L.225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

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 ces 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 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
CHIFFRES CLÉS	72
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	73
BILAN CONSOLIDÉ	74
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	75
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	76
ANNEXE AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS	77
LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2005	117
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	121

CHIFFRES CLÉS

(en millions d'euros)	2005	2004 ⁽¹⁾
Principaux chiffres consolidés		
• Ventes	13 910	12 481
Résultat opérationnel courant	2 743	2 372
Résultat net - part du Groupe	1 440	1 194
• Capital	147	147
Total des capitaux propres	10 484	8 675
Actifs non courants	19 537	18 105
Actifs courants	8 516	7 412
Passifs non courants	10 978	10 766
Passifs courants	6 591	6 076
Dette financière nette	4 318	5 283
Total du bilan	28 053	25 517
• Capacité d'autofinancement générée par l'activité	3 089	2 708
(en euros)		
Résultats consolidés par action		
Résultat net, part du Groupe	3,06	2,55
Résultat net, part du Groupe après dilution	3,04	2,53
Dividende par action		
Acompte	0,25	0,25
Solde	0,90	0,70
Dividende global ⁽²⁾	1,15	0,95

(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.

(2) Pour l'exercice 2005, montant proposé à l'Assemblée Générale Ordinaire du 11 mai 2006.

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros, sauf résultats par action)	Notes	2005	2004 ⁽¹⁾
Ventes	22-23	13 910	12 481
Coût des ventes		(5 001)	(4 373)
Marge brute		8 909	8 108
Charges commerciales		(4 892)	(4 512)
Charges administratives		(1 274)	(1 224)
Résultat opérationnel courant	22-23	2 743	2 372
Autres produits et charges opérationnels	24	(221)	(199)
Résultat opérationnel		2 522	2 173
Coût de la dette financière nette		(188)	(214)
Dividendes reçus		44	16
Autres produits et charges financiers		1	(22)
Résultat financier	25	(143)	(220)
Impôts sur les bénéfices	26	(718)	(537)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	7	(14)
Résultat net		1 668	1 402
dont : part des minoritaires		228	208
Résultat net, part du Groupe		1 440	1 194
Résultat net, part du Groupe par action (en euros)	27	3,06	2,55
Nombre d'actions retenu pour le calcul		470 206 389	468 953 254
Résultat net, part du Groupe par action après dilution (en euros)	27	3,04	2,53
Nombre d'actions retenu pour le calcul		474 047 257	472 601 925

(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2005	2004 ⁽¹⁾
<i>(en millions d'euros)</i>			
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	8 530	7 838
Écarts d'acquisition, nets	4	4 479	4 048
Immobilisations corporelles, nettes	6	4 983	4 541
Sociétés mises en équivalence	7	128	115
Investissements financiers	8-12	451	718
Autres actifs non courants		660	628
Impôts différés	26	306	217
Actifs non courants		19 537	18 105
Stocks et en-cours	9	4 134	3 598
Créances clients et comptes rattachés	10	1 370	1 364
Impôts sur les résultats		317	113
Autres actifs courants	11-12	1 225	1 302
Trésorerie et équivalents	13	1 470	1 035
Actifs courants		8 516	7 412
Total de l'actif		28 053	25 517
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES			
<i>(en millions d'euros)</i>			
Capital		147	147
Primes		1 736	1 736
Actions LVMH auto-détenues		(972)	(1 006)
Réserves de réévaluation		658	521
Autres réserves		6 158	5 390
Écarts de conversion		292	(200)
Résultat net		1 440	1 194
Capitaux propres - part du Groupe	14	9 459	7 782
Intérêts minoritaires	16	1 025	893
Capitaux propres		10 484	8 675
Dette financière à long terme	17	3 747	4 188
Provisions à plus d'un an	18	949	883
Impôts différés	26	2 925	2 458
Autres passifs non courants	19	3 357	3 237
Passifs non courants		10 978	10 766
Dette financière à court terme	17	2 642	2 529
Fournisseurs et comptes rattachés		1 732	1 581
Impôts sur les résultats		373	201
Provisions à moins d'un an	18	305	259
Autres passifs courants	20	1 539	1 506
Passifs courants		6 591	6 076
Total du passif et des capitaux propres		28 053	25 517

(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)

Notes	Nombre d'actions							Total des capitaux propres		
		Capital 14.1	Primes 14.2	Actions LVMH 14.2	Réserves de réévaluation 14.4	Résultat et autres réserves 14.5	Écarts de conversion 14.5	Part du Groupe	Intérêts minoritaires 16	Total
Au 1^{er} janvier 2004 ⁽¹⁾	489 937 410	147	1 736	(882)	460	5 761	-	7 222	928	8 150
Écarts de conversion							(200)	(200)	(61)	(261)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					61			61	3	64
Résultat net						1 194		1 194	208	1 402
Total des gains et pertes de la période		-	-	-	61	1 194	(200)	1 055	150	1 205
Charges liées aux plans d'options						50		50		50
Variation des actions LVMH auto-détenues				(124)		(9)		(133)		(133)
Dividendes versés						(412)		(412)	(109)	(521)
Variations de périmètre								-	(7)	(7)
Effets des engagements d'achat de titres								-	(69)	(69)
Au 31 décembre 2004 ⁽¹⁾	489 937 410	147	1 736	(1 006)	521	6 584	(200)	7 782	893	8 675
Écarts de conversion							492	492	107	599
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					137			137	(12)	125
Résultat net						1 440		1 440	228	1 668
Total des gains et pertes de la période		-	-	-	137	1 440	492	2 069	323	2 392
Charges liées aux plans d'options						23		23	2	25
Variation des actions LVMH auto-détenues				34		(3)		31		31
Dividendes versés						(446)		(446)	(120)	(566)
Variations de périmètre								-	(74)	(74)
Effets des engagements d'achat de titres								-	1	1
Au 31 décembre 2005	489 937 410	147	1 736	(972)	658	7 598	292	9 459	1 025	10 484

(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2005	2004 ⁽¹⁾
I. Opérations d'exploitation			
Résultat opérationnel		2 522	2 173
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		639	529
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(102)	(25)
Dividendes reçus		47	20
Autres retraitements		(17)	11
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		3 089	2 708
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(222)	(215)
Impôt payé		(616)	(389)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		2 251	2 104
Variation des stocks et en-cours		(281)	(252)
Variation des créances clients et comptes rattachés		(67)	29
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		27	(88)
Variation des autres créances et dettes		64	92
Variation du besoin en fonds de roulement		(257)	(219)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		1 994	1 885
II. Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(707)	(640)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		21	63
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements opérationnels		7	(11)
Investissements opérationnels		(679)	(588)
Acquisitions d'investissements financiers		(69)	(57)
Cession d'investissements financiers	8	469	95
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4.2	(604)	(401)
Autres flux liés aux opérations d'investissements financiers		65	-
Investissements financiers		(139)	(363)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement		(818)	(951)
III. Opérations en capital			
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires		3	1
Acquisitions et cessions d'actions LVMH		32	(131)
Dividendes (y compris précompte) et acomptes versés dans l'exercice par LVMH		(446)	(412)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice aux minoritaires des filiales consolidées		(120)	(109)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(531)	(651)
IV. Opérations de financement			
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		1 192	1 599
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 559)	(1 686)
Acquisitions et cessions de placements financiers		(40)	11
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(407)	(76)
V. Incidence des écarts de conversion		41	(9)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		279	198
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	13	801	603
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	13	1 080	801
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :			
- investissements en crédit-bail		9	56

(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.

ANNEXE AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
1. PRINCIPES COMPTABLES	78
2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE	84
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	85
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	87
5. VALORISATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	88
6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	88
7. SOCIÉTÉS MISES EN ÉQUIVALENCE	89
8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	90
9. STOCKS ET EN-COURS	91
10. CLIENTS	91
11. AUTRES ACTIFS COURANTS	92
12. PLACEMENTS FINANCIERS	92
13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS	92
14. CAPITAUX PROPRES	93
15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	94
16. INTÉRÊTS MINORITAIRES	97
17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	97
18. PROVISIONS	101
19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	102
20. AUTRES PASSIFS COURANTS	102
21. INSTRUMENTS FINANCIERS	103
22. INFORMATION SECTORIELLE	107
23. PRODUITS ET CHARGES	108
24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	109
25. RÉSULTAT FINANCIER	109
26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	110
27. RÉSULTATS PAR ACTION	112
28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	112
29. ENGAGEMENTS HORS BILAN	114
30. PARTIES LIÉES	116
31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	116

ANNEXE AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général

En application du règlement européen n° 1606/2002 du 19 juillet 2002, les comptes consolidés de l'exercice 2005 sont établis en conformité avec les normes comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union Européenne et applicables à la date d'arrêté de ces comptes, le 1^{er} mars 2006. Ces normes ont été appliquées de façon constante sur les exercices présentés.

Les normes IAS 32, IAS 39 et IFRS 5 ont été mises en oeuvre par le Groupe à compter du 1^{er} janvier 2004, y compris l'amendement de IAS 39 relatif à la couverture des flux de trésorerie futurs intra-Groupe.

Les normes, amendements et interprétations, émis par l'IASB en août 2005 n'ont pas été appliqués dans les états financiers joints. Il s'agit de IFRS 7, Instruments financiers – Informations à fournir et de l'amendement à IAS 1, Présentation des états financiers sur les informations relatives au capital, d'application obligatoire à compter de 2007 ou de façon anticipée dès 2006, et des amendements de IAS 39 et IFRS 4 sur les garanties financières, applicables en 2006. Ces textes n'auront pas d'impact significatif sur les états financiers du Groupe.

Les textes suivants, émis par l'IASB, ne sont pas applicables au Groupe : les amendements de IFRS 1 et IFRS 6 de juin 2005, IFRIC 6, Passifs découlant de la participation à un marché déterminé - Déchets d'équipements électriques et électroniques de septembre 2005, et IFRIC 7, interprétation relative à la présentation de l'information financière dans les économies hyper inflationnistes de novembre 2005.

1.2 Première adoption des IFRS

Les comptes consolidés de l'exercice 2005 sont les premiers états financiers établis en conformité avec les normes IFRS. La mise en oeuvre des normes IFRS par le Groupe est décrite dans un chapitre spécifique du Document de Référence 2004, en pages 125 à 144, constitué des 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 au 1^{er} janvier 2004, date de transition, et au 31 décembre 2004,
 - bilans aux 1^{er} janvier et 31 décembre 2004,
 - compte de résultat de l'exercice 2004,
 - tableau de variation de trésorerie,

ainsi qu'une note de commentaires sur ces tableaux.

La norme IFRS 1 prévoit des exceptions à l'application rétrospective des normes IFRS à la date de transition ; celles retenues par le Groupe sont les suivantes :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. La comptabilisation du rapprochement des groupes Moët Hennessy et Louis Vuitton en 1987 et toutes les acquisitions postérieures ont été retraitées conformément à la norme IFRS 3 ; les normes IAS 36, Dépréciations d'actifs et IAS 38, Immobilisations incorporelles ont été appliquées rétrospectivement depuis cette date ;
- valorisation des immobilisations corporelles et incorporelles : l'option d'évaluation de ces actifs à leur juste valeur à la date de transition n'a pas été retenue ;
- avantages sociaux : les écarts actuariels différés en normes françaises à la date de transition ont été comptabilisés ;
- conversion des comptes des filiales étrangères : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales en devises étrangères ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves » ;
- paiement en actions : la norme IFRS 2 sur les paiements en actions est appliquée à tous les plans d'options d'achat et de souscription ouverts à la date de transition, y compris ceux mis en place avant le 7 novembre 2002, date avant laquelle l'application est optionnelle.

1.3 Utilisation d'estimations

Dans le cadre du processus d'établissement des comptes consolidés, l'évaluation de certains soldes du bilan ou du compte de résultat nécessite l'utilisation d'hypothèses, estimations ou appréciations. Il s'agit notamment de la valorisation des actifs incorporels, des engagements d'achat de titres de minoritaires, de la détermination du montant des provisions pour risques et charges ou des provisions pour dépréciation des stocks et, le cas échéant, des impôts différés. Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou situations existant à la date d'établissement

des comptes, peuvent se révéler, dans le futur, différentes de la réalité.

1.4 Méthodes de consolidation

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

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

Les filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part de leurs bilans et comptes de résultat correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.22).

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont consolidées selon la méthode de la mise en équivalence.

1.5 Conversion des états financiers des filiales étrangères

La devise d'établissement des comptes consolidés est l'euro ; les comptes des filiales utilisant une monnaie fonctionnelle différente sont convertis en euros :

- aux cours de clôture pour les postes du bilan ;
- aux cours moyens de la période pour les éléments du compte de résultat.

Les différences de change résultant de l'application de ces cours sont inscrites dans les capitaux propres, en « écarts de conversion ».

1.6 Opérations en devises et couvertures de change

Les opérations en devises étrangères réalisées par les sociétés consolidées sont converties dans leur monnaie fonctionnelle aux cours des devises à la date des opérations.

Les créances et dettes exprimées en devises étrangères sont converties aux cours de ces devises à la date de clôture. Les pertes et gains de change latents résultant de cette conversion sont enregistrés :

- en marge brute pour les opérations à caractère commercial ;
- en résultat financier pour les opérations de nature financière.

Les pertes et gains de change résultant de la conversion d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe en devises étrangères, ou de leur élimination, sont enregistrés au compte de résultat, à moins qu'ils ne proviennent d'opérations de financement intra-Groupe à long terme pouvant être considérées comme des opérations en capital : ils sont dans ce cas inscrits en capitaux propres, en « écarts de conversion ».

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture

d'opérations commerciales en devises, ceux-ci sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; la variation de valeur de marché de ces instruments dérivés est enregistrée :

- en marge brute pour la part efficace de la couverture des créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture ;
- en capitaux propres, en réserves de réévaluation, pour la part efficace de la couverture de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré en marge brute lors de la comptabilisation des créances et dettes objets de la couverture ;
- en résultat financier pour la part inefficace de la couverture ; les variations de valeur liées aux points de terme des contrats à terme ainsi que la valeur temps dans le cadre des contrats d'options sont systématiquement considérées comme part inefficace.

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture de situations nettes en devises de filiales consolidées, la variation de valeur de marché est inscrite en capitaux propres, en écarts de conversion, à hauteur de la part efficace, et en résultat financier pour la part inefficace.

1.7 Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

Seules les marques et enseignes acquises, individualisables et de notoriété reconnue sont inscrites à l'actif, à la valeur déterminée lors de leur acquisition.

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

Les marques et autres immobilisations incorporelles à durée de vie définie sont amorties sur leur durée de vie. Les marques et autres immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie ne sont pas amorties mais font l'objet d'un test annuel de valorisation.

Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée de vie définie ou indéfinie résulte en particulier de l'application des critères suivants :

- positionnement global de la marque ou enseigne sur son marché en termes de volume d'activité, de présence internationale, de notoriété ;
- perspectives de rentabilité à long terme ;
- degré d'exposition aux aléas conjoncturels ;
- événement majeur intervenu dans le secteur d'activité susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

La durée d'amortissement des marques, fonction de l'estimation de leur pérennité, est comprise entre 5 et 40 ans.

La charge d'amortissement des marques et enseignes et, le cas échéant, le montant de leur dépréciation sont comptabilisés dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

Les frais de recherche ne sont pas immobilisés. Les frais de développement d'un nouveau produit ne sont immobilisés que si la décision de lancement de ce produit est effectivement prise.

Les immobilisations incorporelles autres que les marques et enseignes sont amorties sur les durées suivantes :

- droits au bail, pas de porte : selon les conditions de marché, le plus souvent 1 à 2 fois la durée du bail ;
- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels : 1 à 5 ans.

1.8 Écarts d'acquisition

Lors de la prise de contrôle exclusive d'une entreprise, les actifs, passifs et passifs éventuels de l'entreprise acquise sont évalués à leur juste valeur ; la différence entre le coût de la prise de contrôle et la quote-part du Groupe dans la juste valeur de ces actifs, passifs et passifs éventuels est inscrite en écart d'acquisition.

Le coût de la prise de contrôle est le prix qui a été ou serait payé par le Groupe dans le cadre d'une acquisition.

En l'absence de dispositions spécifiques dans les textes actuels, la différence entre le coût d'acquisition et la valeur comptable des intérêts minoritaires acquis est enregistrée en écart d'acquisition.

Les écarts d'acquisition sont comptabilisés dans la devise fonctionnelle de l'entité acquise.

Les écarts d'acquisition ne sont pas amortis mais font l'objet d'un test de valorisation annuel. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

1.9 Engagements d'achat de titres de minoritaires

Les actionnaires minoritaires de certaines filiales consolidées par intégration globale bénéficient de promesses d'achat de leurs titres octroyées par le Groupe.

Dans l'attente d'une clarification de la norme IAS 32, LVMH a comptabilisé ces engagements 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.

Ce mode de comptabilisation n'a pas d'effet sur la présentation des intérêts minoritaires au compte de résultat.

Le traitement comptable décrit ci-dessus appelle toutefois la remarque suivante : certaines interprétations des textes conduisent à comptabiliser l'écart d'acquisition intégralement en déduction des capitaux propres ; selon d'autres interprétations, l'écart

d'acquisition est maintenu à l'actif mais à un montant figé lors de la prise de contrôle, les variations ultérieures étant enregistrées en résultat.

1.10 Immobilisations corporelles

La valeur brute des immobilisations corporelles à l'exception des terres à vignes est constituée de leur coût d'acquisition. Les frais financiers supportés pendant la période précédant la mise en exploitation ne sont pas immobilisés.

Les pieds de vignes, ou vignobles, pour les champagnes, cognac et autres vins produits par le Groupe, sont des actifs biologiques au sens d'IAS 41 Agriculture. Leur valorisation en valeur de marché étant peu différente de celle reconnue en coût historique, aucune réévaluation n'a été pratiquée à ce titre.

Les terres à vignes sont comptabilisées à leur valeur de marché à la date de clôture. Cette valorisation résulte de données officielles publiées sur les transactions récentes dans la même région, ou d'expertises indépendantes. L'écart entre le coût d'acquisition historique et la valeur de marché est inscrit en capitaux propres, en « Réserves de réévaluation ». Si la valeur de marché devient inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est comptabilisée en résultat, du montant de la différence.

Les immeubles locatifs ne sont pas réévalués à leur valeur de marché.

Les actifs financés par contrat de location financement sont immobilisés sur la base de la valeur actuelle des loyers futurs ou sur la base de leur valeur de marché si celle-ci est inférieure.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation :

- | | |
|---|-------------|
| - constructions, immeubles de placement : | 20 à 50 ans |
| - installations techniques, matériels et outillages : | 3 à 25 ans |
| - agencements de magasins : | 3 à 10 ans |
| - vignobles : | 18 à 25 ans |

La base amortissable des immobilisations corporelles est constituée du coût d'acquisition, diminué le cas échéant de la valeur résiduelle estimée.

Les frais d'entretien et de réparation sont enregistrés en charges lors de la réalisation des opérations.

1.11 Tests de valorisation des actifs immobilisés

Des tests de valorisation sont pratiqués pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte potentielle de valeur existe, et au moins une fois par an pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, principalement les marques, enseignes et écarts d'acquisition. Lorsque la valeur nette comptable de ces actifs devient supérieure au montant le plus élevé de leur valeur d'utilité

ou de marché, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence ; la dépréciation, imputée en priorité le cas échéant sur l'écart d'acquisition, est comptabilisée en « Autres produits et charges opérationnels ».

La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie futurs actualisés qui seront générés par ces actifs. Le prix de cession de l'actif est déterminé par référence à des transactions similaires récentes ou des évaluations réalisées par des experts indépendants dans une perspective de cession.

Les flux de trésorerie prévisionnels sont établis au niveau du Groupe par secteur d'activité, un secteur d'activité correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de direction spécifique. Au sein du secteur d'activité, il peut être déterminé des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de magasins.

Concernant la valorisation des marques et écarts d'acquisition, celle-ci est faite à titre principal à partir des flux de trésorerie prévisionnels actualisés ou selon la méthode des transactions 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. 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.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluriannuels établis par la direction des secteurs d'activité concernés. Les plans donnent lieu à des projections sur cinq ans, à l'exception de certaines marques en cours de repositionnement stratégique pour lesquelles une durée plus longue est retenue ; en outre, une valeur terminale est prise en compte. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survie est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels intègre le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.12 Investissements et placements financiers

Les actifs financiers sont présentés en investissements financiers (actifs non courants) ou placements financiers (actifs courants) selon leur nature et la durée estimée de leur détention.

Les investissements financiers comprennent principalement les prises de participation stratégiques et non stratégiques.

Les placements financiers incluent les placements temporaires en actions, parts de Sicav et Fonds Commun de Placement (FCP), à l'exclusion des placements relevant de la gestion de trésorerie au jour le jour, comptabilisés en « Trésorerie et équivalents » (Voir Note 1.15).

Ces actifs financiers sont comptabilisés au cours de clôture s'il s'agit d'investissements et placements cotés et sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation s'il s'agit d'actifs non cotés.

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en capitaux propres en « Réserves de réévaluation ».

En cas de perte de valeur jugée définitive, une provision pour dépréciation de ce montant est enregistrée en résultat financier ; pour les investissements et placements en actions, la provision pour dépréciation n'est reprise en résultat qu'au moment de la cession.

1.13 Stocks et en-cours

À l'exception des vins produits par le Groupe, les stocks sont comptabilisés à leur prix de revient, hors frais financiers. Le prix de revient est constitué du coût de production (produits finis), ou du prix d'achat majoré des frais accessoires (matières premières, marchandises) ; il ne peut excéder la valeur nette de réalisation.

Les stocks de vins produits par le Groupe, en particulier les vins de Champagne, sont évalués en valeur de marché de la vendange concernée, comme si les raisins récoltés avaient été acquis auprès de tiers. Jusqu'à la date de vendange, les raisins sont valorisés prorata temporis sur la base d'un rendement et d'une valeur de marché estimés.

Les mouvements de stocks sont valorisés selon les métiers au coût moyen pondéré ou selon la méthode Premier Entré - Premier Sorti (FIFO).

Compte tenu du processus de vieillissement nécessaire au champagne et au cognac, la durée de détention de ces stocks est le plus souvent supérieure à un an. Ces stocks restent classés en actifs courants selon l'usage dans cette profession.

Les dépréciations de stocks sont constatées principalement dans les activités autres que Vins et Spiritueux. Elles sont établies le plus souvent en raison de l'obsolescence des produits concernés (péremption proche, saison ou collection terminées...) ou sur la base de leur perspective d'écoulement.

1.14 Créances clients

Les créances clients, inférieures le plus souvent à deux mois d'activité, sont comptabilisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est enregistrée lorsque leur valeur d'inventaire, fondée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à la valeur comptabilisée.

1.15 Trésorerie et équivalents

La ligne « Trésorerie et équivalents » inclut les liquidités ainsi que les placements monétaires immédiatement disponibles dont la valeur n'est pas soumise à l'évolution des cours boursiers.

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

1.16 Provisions

Une provision est comptabilisée dès lors qu'existe une obligation, vis-à-vis d'un tiers, dont il résultera pour le Groupe un décaissement probable dont le montant peut être évalué de façon fiable.

Lorsque la date d'exécution de cette obligation est au delà d'un an, le montant de la provision fait l'objet d'un calcul actualisé, dont les effets sont généralement enregistrés en résultat financier.

1.17 Dettes financières

Les dettes financières sont comptabilisées à leur valeur nominale, nette des primes et frais d'émission connexes qui sont enregistrés progressivement en résultat financier jusqu'à l'échéance, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

En cas de couverture de la variation de valeur de la dette au titre du risque de taux, le montant couvert de la dette, ainsi que les instruments de couverture associés, figurent au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; les effets de leur réévaluation 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 au coût amorti, la variation de valeur de la part efficace de l'instrument de couverture étant enregistrée dans les capitaux propres en réserve de réévaluation.

En l'absence de relation de couverture, ou pour la partie inefficace des couvertures, les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Lorsqu'un instrument dérivé est incorporé à la dette financière, l'option de comptabilisation de cette dette à valeur de marché est retenue.

La dette financière nette est constituée des dettes financières à court et long terme et de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt, sous déduction de la valeur des placements et autres actifs financiers et de la trésorerie et équivalents de trésorerie à cette date.

1.18 Instruments dérivés

Le Groupe négocie des instruments financiers dérivés dans le cadre de sa stratégie de couverture des risques de change et de taux

d'intérêt. La mise en oeuvre d'une comptabilité de couverture requiert, selon IAS 39, de démontrer et documenter l'efficacité de la relation de couverture lors de sa mise en place et tout au long de sa vie.

L'efficacité de la couverture sur le plan comptable est vérifiée par le rapport des variations de valeur du dérivé et du sous-jacent couvert, ce rapport devant rester dans une fourchette comprise entre 80 et 125 %.

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan pour leur valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.6 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.17 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

La valeur de marché est établie par référence à des données de marché et selon des modèles de valorisation communément utilisés ; cette valeur est confirmée dans le cas d'instruments complexes par des cotations d'établissements financiers tiers.

Les instruments dérivés dont la maturité est supérieure à douze mois sont présentés en actifs et passifs non courants.

1.19 Actions LVMH auto-détenues

Les actions LVMH détenues par le Groupe, quel que soit l'objet de leur détention, sont comptabilisées en déduction des capitaux propres consolidés, à leur coût d'acquisition.

En cas de cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation (voir Note 14.2) selon la méthode premier entré – premier sorti (FIFO) à l'exception des actions détenues dans le cadre de plans d'options pour lesquels le calcul est effectué par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré. Les résultats de cession sont inscrits directement en capitaux propres, pour leur montant net d'impôt.

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

Lorsque les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux, et autres engagements font l'objet de cotisations versées par le 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 le Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant donne lieu à provision au bilan, la variation de cet engagement étant comptabilisée dans le résultat opérationnel courant de l'exercice, y compris l'effet d'actualisation financière.

Lorsque cet engagement est couvert, partiellement ou en totalité, par des fonds versés par le Groupe à des organismes financiers, le montant de ces placements dédiés vient en déduction, au bilan, de l'engagement actuariel.

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

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

1.21 Impôts courants et différés

Les différences temporelles entre les valeurs en consolidation des éléments d'actif et de passif, et celles résultant de l'application de la réglementation fiscale, donnent lieu à la constatation d'impôts différés.

Le taux d'impôt retenu pour le calcul des impôts différés est celui connu à la date de clôture ; les effets des changements de taux sont enregistrés sur la période au cours de laquelle la décision de ce changement est prise.

Les économies d'impôt résultant de déficits fiscaux reportables sont enregistrés en impôts différés actifs et dépréciés le cas échéant, seuls les montants dont l'utilisation est probable étant maintenus à l'actif du bilan.

Les actifs et passifs d'impôts différés ne sont pas actualisés.

Les impôts dus au titre des réserves distribuables des filiales sont provisionnés à hauteur des distributions envisagées.

1.22 Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

Les ventes incluent principalement des ventes au détail dans le cadre des magasins du Groupe et des ventes de gros à des distributeurs et agents.

Les ventes au détail proviennent des activités Mode et Maroquinerie, de certaines marques des Parfums et Cosmétiques ou des Montres et Joaillerie ainsi que de la Distribution sélective. Ces ventes sont comptabilisées lors de l'achat par la clientèle.

Les ventes de gros proviennent des activités Vins et Spiritueux et de certaines marques des Parfums et Cosmétiques ou des Montres et Joaillerie. Ces ventes sont comptabilisées lors du transfert de propriété, c'est-à-dire le plus souvent lors de l'expédition.

Les frais d'expédition et de transport refacturés aux clients ne sont compris dans les ventes que lorsqu'ils sont inclus forfaitairement dans le prix des produits.

Les ventes sont présentées nettes de toutes formes de remises et ristournes. En particulier les sommes permettant le référencement des produits ou correspondant à des accords de participation publicitaire avec le distributeur viennent en déduction des ventes et créances clients correspondantes.

Provision pour retours de produits

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

Lorsque cette pratique est établie, les ventes enregistrées sont diminuées d'un montant correspondant à une estimation de ces retours, en contrepartie de la réduction des créances clients et d'une inscription en stocks. Le taux de retour retenu pour l'établissement de ces estimations est calculé sur la base de statistiques.

Activités en partenariat avec Diageo

Une partie significative des ventes des activités Vins et Spiritueux est réalisée dans le cadre d'accords de distribution avec Diageo, consistant le plus souvent en un partenariat dans des structures communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du résultat et du bilan de ces entités entre LVMH et Diageo étant régi par les accords de distribution. En raison de ces accords, LVMH ne consolide que les ventes et la quote-part de charges des structures communes concernant ses propres marques.

1.23 Plans d'options

Les plans d'options d'achat ou de souscription d'actions donnent lieu à enregistrement d'une charge constituée de l'espérance de gain pour les bénéficiaires de ces plans ; l'espérance de gain est calculée le jour du Conseil d'Administration ayant mis en place les plans, selon la méthode Black et Scholes. Cette charge est répartie de manière linéaire sur la période d'acquisition des droits (2 à 4 ans) en contrepartie d'une augmentation des réserves.

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'espérance de gain est calculée en fonction du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'Administration ayant décidé le plan, et des dividendes anticipés pendant la période d'acquisition des droits.

Concernant les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH, ceux-ci étant dénoués en numéraire et non en titres, la charge annuelle correspondante est comptabilisée en contrepartie d'un passif au bilan.

Sont pris en compte en 2004 et 2005 tous les plans dont la période d'acquisition des droits était ouverte à la date du 1^{er} janvier 2004, date de transition aux IFRS.

1.24 Soldes intermédiaires du compte de résultat

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

Les autres produits et charges opérationnels comprennent les éléments constitutifs du résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie des activités et du résultat courants du Groupe.

Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre et des dépréciations des marques et écarts d'acquisition. Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des plus ou moins values de cession d'actifs immobilisés, des frais de restructuration, des frais liés à des litiges, ou de tout autre produit ou charge non courants venant affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

1.25 Résultat par action

Le résultat par action est calculé sur la base du nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice, sous déduction du nombre moyen d'actions auto-détenues inscrites.

Le résultat par action après dilution est établi sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution, majoré du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée, durant l'exercice, des options de souscription existantes ou de tout autre instrument dilutif. Les fonds recueillis au titre de ces levées sont présumés affectés, dans ce calcul, au rachat d'actions LVMH à un prix correspondant à leur cours de Bourse moyen sur l'exercice.

2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

2.1 Vins et Spiritueux : acquisition de Glenmorangie

À la suite d'une Offre Publique d'Achat amicale clôturée fin décembre 2004, LVMH a acquis, en janvier 2005, 99 % du capital de Glenmorangie plc, société britannique cotée à Londres (Royaume-Uni), et le solde en février et mars 2005 dans le cadre d'une procédure de retrait.

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

le 15 décembre 2012 ; au 31 décembre 2005, le solde des « Loan Notes » est de 41 millions de livres sterling.

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

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

Les immobilisations incorporelles incluent 289 millions d'euros au titre des marques Glenmorangie, Ardbeg et Glen Moray, dont 234 millions d'euros pour la marque Glenmorangie.

L'écart d'acquisition est représentatif des synergies attendues de l'intégration de Glenmorangie dans le réseau de distribution de Moët Hennessy.

2.2 Vins et Spiritueux : acquisition des titres des minoritaires de Millennium

En avril 2005, LVMH a acquis la participation de 30 % de l'actionnaire minoritaire de Millennium pour un montant de 120 millions de dollars US, portant ainsi sa participation à 100 %.

Cet investissement représente un complément de part du Groupe de 67 millions d'euros dans la licence de distribution détenue par Millennium.

2.3 Autres mouvements de périmètre 2005

Christian Lacroix (Mode et Maroquinerie) et Mount Adam (Vins et Spiritueux) ont été cédés en janvier et juillet 2005 respectivement. La participation de 49,9 % dans Bonhams Brooks PS&N Ltd, mise en équivalence, a été cédée en juillet 2005.

2.4 Incidences des variations de périmètre

2.4.1 Sur le compte de résultat

L'incidence globale des variations de périmètre des exercices 2004 et 2005 sur les comptes de résultat du Groupe est la suivante :

(en millions d'euros)	2005	2004 pro forma	2004 publié
Ventes	13 910	12 507	12 481
Résultat opérationnel courant	2 743	2 399	2 372
Résultat financier	(143)	(236)	(220)
Résultat net	1 668	1 264	1 402
dont : part des minoritaires	228	136	208
part du Groupe	1 440	1 128	1 194

Le compte de résultat simplifié pro forma présenté ci-dessus pour l'exercice 2004 est établi sur la base d'un périmètre comparable à celui de l'exercice 2005 ; en particulier :

- les acquisitions et cessions de l'exercice 2005 sont retenues dans le compte de résultat 2004 pour un nombre de mois identique à celui de l'exercice 2005 ; en outre, bien que ne constituant pas une variation de périmètre, l'arrêt d'exploitation du grand magasin

parisien de la Samaritaine en juillet 2005 (voir Note 24 Autres produits et charges opérationnels) a été également pris en compte, un nombre de mois d'activité comparable à celui de 2005 et des coûts de réorganisation identiques étant retenus en 2004 ;

- les acquisitions et cessions de 2004 sont réputées réalisées au 1^{er} janvier 2004.

2.4.2 Sur la trésorerie

(en millions d'euros)	2005	2004
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés	(623)	(455)
Disponibilités / (découverts bancaires) des sociétés acquises	(6)	5
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	34	49
(Disponibilités) / découverts bancaires des sociétés cédées	(9)	-
Incidences des variations de périmètre sur la trésorerie	(604)	(401)

L'incidence globale des variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe est une diminution de 604 millions d'euros. Ce montant provient principalement de la prise de contrôle de Glenmorangie, à hauteur de 438 millions d'euros, et de l'acquisition des titres des minoritaires de Millennium pour 92 millions d'euros.

En 2004, les effets des variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe résultent principalement de l'acquisition et du paiement échelonné des intérêts minoritaires dans Fendi à hauteur de 197 millions d'euros, de l'acquisition de 30 % de Millennium pour 82 millions d'euros et de l'achat de 9 % de Donna Karan et 10 % de BeneFit Cosmetics pour 56 millions d'euros.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	2005			2004
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Marques	6 190	(344)	5 846	5 493
Enseignes	3 740	(1 536)	2 204	1 983
Licences de distribution	316	(56)	260	158
Droits au bail	207	(117)	90	102
Logiciels	231	(172)	59	44
Autres	157	(86)	71	58
Total	10 841	(2 311)	8 530	7 838
dont immobilisations en location financement	14	(13)	1	1

3.1 Variations sur l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres	Total
			immobilisations incorporelles	
Solde au 31 décembre 2004	5 834	3 281	743	9 858
Acquisitions	3	-	66	69
Cessions	-	-	(11)	(11)
Effets des variations de périmètre de l'exercice	278	-	-	278
Effets des variations de périmètre antérieures	-	-	62	62
Effets des variations de change	75	459	44	578
Autres	-	-	7	7
Solde au 31 décembre 2005	6 190	3 740	911	10 841

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres	Total
			immobilisations incorporelles	
Solde au 31 décembre 2004	(340)	(1 299)	(381)	(2 020)
Amortissements	(6)	(1)	(66)	(73)
Dépréciations	-	(24)	-	(24)
Cessions	-	-	8	8
Effets des variations de périmètre de l'exercice	11	-	1	12
Effets des variations de périmètre antérieures	-	-	13	13
Effets des variations de change	(9)	(199)	(10)	(218)
Autres	-	(13)	4	(9)
Solde au 31 décembre 2005	(344)	(1 536)	(431)	(2 311)

Valeur nette au 31 décembre 2005	5 846	2 204	480	8 530
---	--------------	--------------	------------	--------------

Les effets des variations de périmètre de l'exercice et antérieures à l'exercice concernent respectivement l'acquisition de Glenmorangie à hauteur de 290 millions d'euros et la comptabilisation définitive de l'acquisition de Millennium pour 62 millions d'euros, en valeur brute.

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

3.2 Marques et enseignes

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2005		2004	
	Valeur brute	Amortissements et dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Vins et Spiritueux	661	(9)	652	350
Mode et Maroquinerie	3 956	(302)	3 654	3 603
Parfums et Cosmétiques	627	(21)	606	599
Montres et Joaillerie	899	(12)	887	894
Distribution sélective	3 740	(1 536)	2 204	1 983
Autres activités	47	-	47	47
Marques et enseignes	9 930	(1 880)	8 050	7 476

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

- Vins et Spiritueux : Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Newton Vineyards et Glenmorangie ;
- Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton, Fendi, Celine, Loewe, Donna Karan New York, Givenchy, Kenzo, Berluti, Thomas Pink et Pucci ;
- Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo, Make Up for Ever, BeneFit Cosmetics, Fresh et Acqua di Parma ;
- Montres et Joaillerie : Tag Heuer, Zenith, Fred, Chaumet et les stylos Omas ;
- Distribution sélective : DFS, Sephora, Le Bon Marché ;
- Autres activités : les titres de presse La Tribune et Investir.

Ces marques et enseignes figurent au bilan à la valeur déterminée lors de leur acquisition par le Groupe, qui peut être très inférieure à leur valeur d'utilité ou de cession à la date d'établissement des comptes ; c'est notamment le cas, sans que cette liste puisse être

considérée comme exhaustive, des marques Louis Vuitton, Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior, ou de l'enseigne Sephora.

Ne figurent pas à l'actif du bilan les marques qui ont été développées par le Groupe, notamment Hennessy, les champagnes Moët & Chandon, Dom Pérignon, Mercier et Ruinart, ainsi que l'enseigne de joaillerie De Beers développée en joint venture avec le groupe De Beers.

Les marques et enseignes développées par le Groupe, ainsi que Louis Vuitton, Veuve Clicquot, Parfums Christian Dior et Sephora, représentent 31 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 61 % des ventes totales du Groupe.

3.3 Licences de distribution

Les licences de distribution incluent notamment les droits de commercialisation des vodkas Belvédère et Chopin.

Voir également Note 5 pour la valorisation des marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

(en millions d'euros)	2005			2004
	Brut	Dépréciations	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	4 057	(1 147)	2 910	2 580
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 588	(19)	1 569	1 468
Total	5 645	(1 166)	4 479	4 048

Voir également Note 19 pour les écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires.

Les variations sur l'exercice 2005 du solde net des écarts d'acquisition s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette
Solde au 31 décembre 2004	5 103	(1 055)	4 048
Variations des dépréciations	-	(24)	(24)
Effets des variations de périmètre de l'exercice	163	2	165
Effets des variations de périmètre antérieures	(7)	-	(7)
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	127	-	127
Effets des variations de change	259	(89)	170
Solde au 31 décembre 2005	5 645	(1 166)	4 479

Les effets des variations de périmètre de l'exercice concernent principalement l'acquisition de Glenmorangie à hauteur de 159 millions d'euros.

Les effets des variations de change proviennent essentiellement des écarts d'acquisition comptabilisés en dollar US, en particulier

ceux de Millennium, Miami Cruiseline et Donna Karan New York, en raison de l'évolution de la parité du dollar US contre l'euro au cours de l'exercice.

Voir également Note 5 pour la valorisation des écarts d'acquisition.

5. VALORISATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE

Les marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie ainsi que les écarts d'acquisition font l'objet d'un test annuel de valorisation. Comme décrit en Note 1.11, la valorisation de ces actifs est effectuée le plus souvent à partir des flux de trésorerie

prévisionnels actualisés attendus de ces actifs, déterminés dans le cadre de plans pluriannuels. Les principaux paramètres retenus en 2005 pour l'établissement de ces flux prévisionnels, similaires à ceux retenus en 2004, sont les suivants :

Groupe d'activité	Durée des plans	Taux d'actualisation avant impôt	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
Vins & Spiritueux	5 ans	8,5 à 9,5 %	2 %
Mode & Maroquinerie	5 ans	11 à 12 %	2 %
Parfums & Cosmétiques	5 ans	10,5 à 11,5 %	2 à 2,5 %
Montres & Joaillerie	5 ans *	11 à 13 %	2 %
Distribution sélective	5 ans	9 à 10 %	2 %
Autres	5 ans	9,5 à 10,5 %	2 %

* La durée des plans de 5 ans peut être étendue jusqu'à 8 ans pour les marques en cours de repositionnement stratégique.

Les taux de croissance retenus pour la période au-delà de la durée des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

Une variation d'un point du taux d'actualisation avant impôt

ou du taux de croissance à l'infini, appliquée aux données globales prévisionnelles retenues pour chaque groupe d'activités, n'entraînerait pas de dépréciations des actifs incorporels concernés, marques, enseignes ou écarts d'acquisition.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

6.1 Analyse par nature

(en millions d'euros)	2005			2004
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Terrains	650	-	650	628
Terres à vignes et vignobles	1 280	(63)	1 217	1 162
Constructions	1 642	(590)	1 052	989
Immeubles locatifs	353	(41)	312	288
Installations techniques, matériels et outillages	3 407	(2 050)	1 357	1 071
Autres immobilisations corporelles et en-cours	779	(384)	395	403
Total	8 111	(3 128)	4 983	4 541
dont : immobilisations en location financement	364	(151)	213	212
coût historique des terres à vignes et vignobles	308	-	308	287

6.2 Analyse des variations

La variation des immobilisations corporelles au cours de l'exercice 2005 s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Solde au 31 décembre 2004	1 221	2 127	340	2 838	757	7 283
Acquisitions	7	39	3	357	239	645
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	43	-	-	-	-	43
Cessions, mises hors service	(1)	(14)	(4)	(161)	(52)	(232)
Effets des variations de périmètre	(1)	32	-	47	(1)	77
Effets des variations de change	10	83	12	132	56	293
Autres	1	25	2	194	(220)	2
Solde au 31 décembre 2005	1 280	2 292	353	3 407	779	8 111

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Solde au 31 décembre 2004	(59)	(510)	(51)	(1 767)	(355)	(2 742)
Amortissements	(5)	(55)	(5)	(303)	(54)	(422)
Dépréciations	-	(2)	-	(22)	-	(24)
Cessions, mises hors service	1	-	1	148	52	202
Effets des variations de périmètre	-	(5)	-	(23)	2	(26)
Effets des variations de change	-	(18)	(2)	(83)	(29)	(132)
Autres	-	-	16	-	-	16
Solde au 31 décembre 2005	(63)	(590)	(41)	(2 050)	(384)	(3 128)

Valeur nette au 31 décembre 2005	1 217	1 702	312	1 357	395	4 983
---	--------------	--------------	------------	--------------	------------	--------------

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

7. SOCIÉTÉS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2005			2004
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Part dans l'actif net des sociétés mises en équivalence au 1^{er} janvier	136	(21)	115	102
Part dans le résultat de l'exercice	7	-	7	(14)
Dividendes versés	(3)	-	(3)	(4)
Effet des variations de périmètre	(6)	16	10	32
Effets des variations de change	(1)	-	(1)	(1)
Part dans l'actif net des sociétés mises en équivalence au 31 décembre	133	(5)	128	115

En 2005, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble à Paris (France), également siège social de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA ;
- une participation de 25,5 % dans Micromania, leader sur le marché français de la distribution de jeux vidéo et consoles.

Les loyers facturés au Groupe par Mongoual sont de 14 millions d'euros en 2005 (14 millions d'euros en 2004).

En 2004, les titres mis en équivalence comprenaient également une participation de 49,9 % dans la société de vente aux enchères Bonhams Brooks PS&N Ltd (Royaume-Uni), cédée en juillet 2005.

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2005			2004
	Brut	Dépréciations	Net	Net
Participation dans Bouygues SA (France)	-	-	-	401
Autres participations	544	(93)	451	317
Total	544	(93)	451	718

Le solde de la participation dans Bouygues SA, destiné à être cédé en 2006, a été reclassé en placements financiers au 31 décembre 2005 (voir Note 12).

Au cours de l'exercice 2005, LVMH a perçu de Bouygues un dividende exceptionnel de 65 millions d'euros.

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours de l'exercice 2005 :

(en millions d'euros)	
31 décembre 2004	718
Acquisitions	107
Cessions à valeur de vente	(469)
Effets des variations de valeur de marché	229
Reclassements en titres mis en équivalence ou placements financiers	(144)
Effets des variations de change	10
31 décembre 2005	451

Les principales cessions concernent la participation dans Bouygues ; le montant de la plus-value réalisée s'élève à 99 millions d'euros.

Les « Autres participations » détenues par le Groupe sont notamment les suivantes :

(en millions d'euros)	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Dividendes encaissés	Capitaux propres	Résultat net
L Capital FCPR (France) ^{(2) (3)}	46,1 %	219	-	169	(4)
Tod's Spa (Italie) ^{(1) (3)}	3,5 %	60	-	421	31
Autres participations	NA	172	44	-	-
		451	44		

(1) Valorisation au cours de Bourse de clôture au 31 décembre 2005.

(2) Valorisation en valeur de réalisation estimée.

(3) Les données comptables fournies sont antérieures au 31.12. 2005, les chiffres à fin 2005 étant indisponibles à la date d'établissement des états financiers.

L Capital FCPR est un fonds d'investissements dont les statuts et modalités de fonctionnement ne permettent pas à LVMH d'exercer un contrôle exclusif ou conjoint, ou une influence notable, sur les participations détenues.

9. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	2005	2004
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	2 161	1 883
Autres matières premières et en-cours	385	367
	2 546	2 250
Marchandises	481	497
Produits finis	1 684	1 396
	2 165	1 893
Valeur brute	4 711	4 143
Provision pour dépréciation	(577)	(545)
Valeur nette	4 134	3 598

La variation du stock net au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Brut	Provision pour dépréciation	Net
Solde au 31 décembre 2004	4 143	(545)	3 598
Variation du stock brut	281	-	281
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	19	-	19
Variation de la provision pour dépréciation	-	(43)	(43)
Effets des variations de périmètre	109	16	125
Effets des variations de change	159	(5)	154
Solde au 31 décembre 2005	4 711	(577)	4 134

Les variations de périmètre proviennent, à hauteur de 130 millions d'euros, de l'acquisition de Glenmorangie.

Le coût des ventes de l'activité Vins et Spiritueux inclut les effets de la mise à valeur de marché des vendanges qui s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2005	2004
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	34	46
Effets des sorties de stocks	(15)	(21)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	19	25

La valeur de marché de la récolte de l'exercice 2005 est de 91 millions d'euros (87 millions d'euros en 2004).

10. CLIENTS

(en millions d'euros)	2005	2004
Créances à valeur nominale	1 577	1 560
Provision pour dépréciation	(66)	(77)
Provision pour retours et reprises de produits	(141)	(119)
Montant net	1 370	1 364
Dont : créances ayant fait l'objet de cession Dailly	-	268

Aux 31 décembre 2004 et 2005, la valeur actuelle des créances clients n'est pas différente de leur valeur comptable.

11. AUTRES ACTIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2005	2004
Placements financiers	421	201
Valeur de marché des instruments dérivés	136	393
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	186	212
Fournisseurs : avances et acomptes	86	57
Charges constatées d'avance	205	198
Autres créances, nettes	191	241
Total	1 225	1 302

Les charges constatées d'avance sont constituées à hauteur de 72 millions d'euros au 31 décembre 2005 (74 millions d'euros au 31 décembre 2004) d'échantillons et matériels publicitaires ; ceux-ci concernent essentiellement les activités Parfums et Cosmétiques,.

Aux 31 décembre 2004 et 2005, la valeur de marché des autres actifs financiers courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Voir également Notes 12 « Placements financiers » et 21 « Instruments financiers ».

12. PLACEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2005	2004
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et FCP non monétaires	280	191
Valeurs mobilières de placement cotées	141	10
Total	421	201
Dont coût historique des placements financiers	317	190

Au 31 décembre 2005, les valeurs mobilières de placement incluent 3 060 milliers d'actions Bouygues pour un montant de 126 millions d'euros (voir Note 8 - Investissements financiers) ; 2 710 milliers de titres ont été cédés en janvier 2006.

13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS

(en millions d'euros)	2005	2004
Dépôts à terme à moins de trois mois	94	89
Parts de SICAV et FCP monétaires	34	18
Comptes bancaires ⁽¹⁾	1 342	928
Trésorerie et équivalents au bilan	1 470	1 035

(1) Dont en-cours bloqués s'élevant à 60 millions d'euros au 31 décembre 2005 (néant au 31 décembre 2004).

Le rapprochement entre le montant de la trésorerie et équivalents apparaissant au bilan et le montant de la trésorerie nette figurant dans le tableau de variation de trésorerie s'établit de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2005	2004
Trésorerie et équivalents	1 470	1 035
Découverts bancaires	(390)	(234)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	1 080	801

14. CAPITAUX PROPRES

14.1 Capital

Au 31 décembre 2005, le capital est constitué de 489 937 410 actions (489 937 410 en 2004) entièrement libérées, au nominal de 0,3 euro ; 219 721 757 ont un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans.

Au 31 décembre 2005, le capital autorisé est de 599 963 657 actions (601 888 057 actions au 31 décembre 2004).

14.2 Actions LVMH auto-détenues

L'affectation du portefeuille d'actions LVMH s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2005		2004
	Nombre	Valeur	Valeur
Plans d'options d'achat ⁽¹⁾	14 927 777	729	824
Plans d'attribution d'actions gratuites	97 817	6	-
Couverture d'autres plans ⁽²⁾	4 205 353	232	-
Contrat de liquidité	63 000	5	182
Total	19 293 947	972	1 006

(1) Y compris actions détenues au titre d'options devenues caduques et temporairement non réaffectées à d'autres plans.

(2) Les autres plans comprennent les plans d'options de souscription et les plans de rémunérations indexées sur l'évolution du cours de l'action LVMH.

Au cours de l'exercice 2005, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Valeur
Au 31 décembre 2004	20 442 787	1 006
Achats	5 187 382	321
Levées d'options	(1 264 340)	(36)
Cessions à valeur de vente	(5 071 882)	(317)
Plus ou (moins) valeur de cession brute	-	(2)
Au 31 décembre 2005	19 293 947	972

Au 31 décembre 2005, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 5 millions d'euros.

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

Selon la réglementation française, les dividendes sont prélevés sur le résultat de l'exercice et les réserves distribuables de la société mère, soit 3 657 millions d'euros au 31 décembre 2005 après déduction de la proposition de dividendes pour l'exercice 2005 ; ce montant est payable sans prélèvement fiscal.

(en millions d'euros)	2005	2004
Solde au titre de l'exercice précédent (2004 : 0,70 euro ; 2003 : 0,63 euro)	343	308
Effet des actions auto-détenues	(14)	(13)
	329	295
Acompte au titre de l'exercice en cours (0,25 euro pour 2004 et 2005)	122	122
Effet des actions auto-détenues	(5)	(5)
	117	117
Total versé au cours de l'exercice	446	412

Le solde du dividende pour l'exercice 2005, proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires du 11 mai 2006, est de 0,90 euro par action, soit un décaissement total de 441 millions d'euros avant effet de l'auto-détention.

14.4 Réserves de réévaluation

Les réserves de réévaluation enregistrent les gains et pertes latents au titre des investissements et placements financiers, des instruments de couverture de flux de trésorerie futurs en devises et des terres à vignes, essentiellement en Champagne. Ces réserves ont évolué de la façon suivante sur les périodes présentées :

<i>(en millions d'euros)</i>	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part du Groupe
1^{er} janvier 2004	(16)	125	351	460
Variation de valeur	65	134	62	261
Transfert en résultat de la période	7	(168)	-	(161)
Effets d'impôt	(35)	12	(16)	(39)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	37	(22)	46	61
31 décembre 2004	21	103	397	521
Variation de valeur	379	(114)	38	303
Transfert en résultat de la période	(129)	(52)	-	(181)
Effets d'impôt	(26)	54	(13)	15
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	224	(112)	25	137
31 décembre 2005	245	(9)	422	658

14.5 Écarts de conversion

La variation des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres au 31 décembre 2005, nette des effets de couverture des actifs nets en devises, s'analyse par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2005	Variation	2004
Dollar US	202	401	(199)
Hong Kong dollar	21	38	(17)
Livre sterling	16	14	2
Autres devises	47	45	2
Couvertures d'actifs nets en devises	6	(6)	12
Total	292	492	(200)

15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

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 et les options sont exerçables

après un délai de 3 ans ou 4 ans, selon que les plans ont été émis antérieurement ou postérieurement à 2004, à l'exception du plan d'achat du 14 mai 2001, portant sur 1 105 877 options, dont la durée est de huit ans et pour lequel les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans.

Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, le délai d'acquisition des droits de trois ou quatre ans ne s'applique pas.

Pour l'ensemble des plans, la parité est de une action pour une option attribuée.

15.1 Plans d'options de souscription

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées	Prix d'exercice (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2005	Nombre d'options non exercées au 31/12/2005
21 janvier 2004	2 720 425	55,70	4 ans	-	2 689 175
"	27 050	58,90	"	-	26 050
12 mai 2005	1 852 150	52,82	"	-	1 849 700
"	72 250	55,83	"	-	72 250
				-	4 637 175

	2005		2004	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options non exercées au 1 ^{er} janvier	2 747 475	55,73	-	-
Attributions de la période	1 924 400	52,93	2 747 475	55,73
Options caduques	(34 700)	55,59	-	-
Options exercées sur la période	-	-	-	-
Options non exercées au 31 décembre	4 637 175	54,57	2 747 475	55,73

15.2 Plans d'options d'achat

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées ⁽¹⁾	Prix d'exercice (en euros) ^{(2) (3)}	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2005 ⁽³⁾	Nombre d'options non exercées au 31/12/2005 ⁽³⁾
22 mars 1995	256 903	20,89	3 ans	392 588	-
30 mai 1996	233 199	34,15	"	91 985	537 500
29 mai 1997	233 040	37,50	"	160 415	626 390
29 janvier 1998	269 130	25,92	"	266 500	576 360
16 mars 1998	15 800	31,25	"	-	70 400
20 janvier 1999	320 059	32,10	"	246 830	1 305 045
16 septembre 1999	44 000	54,65	"	-	210 000
19 janvier 2000	376 110	80,10	"	-	1 796 650
23 janvier 2001	2 649 075	65,12	"	7 400	2 477 675
6 mars 2001	40 000	63,53	"	-	40 000
14 mai 2001	1 105 877	66,00	4 ans	25	513 919
14 mai 2001	552 500	61,77	3 ans	-	552 500
12 septembre 2001	50 000	52,48	"	-	50 000
22 janvier 2002	3 256 700	43,30	"	95 397	3 019 403
22 janvier 2002	27 400	45,70	"	1 500	22 950
15 mai 2002	8 560	54,83	"	-	8 560
22 janvier 2003	3 155 225	37,00	"	1 700	3 062 425
22 janvier 2003	58 500	38,73	"	-	58 000
				1 264 340	14 927 777

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan non retraité des ajustements liés aux attributions d'actions gratuites à raison d'une pour dix de juin 1999, et à la division du nominal par cinq de juillet 2000.

(2) Les chiffres antérieurs à l'exercice 1999 résultent de la conversion en euros de données établies à l'origine en francs.

(3) Ajusté du fait des opérations visées ci-dessus au (1).

	2005		2004	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options non exercées au 1^{er} janvier	17 148 615	48,66	19 433 292	45,67
Attributions de la période	-	-	-	-
Options caduques	(956 498)	61,61	(106 225)	46,01
Options exercées sur la période	(1 264 340)	29,21	(2 178 252)	22,10
Options non exercées au 31 décembre	14 927 777	49,48	17 148 815	48,66

15.3 Autres plans

Un plan d'attribution d'actions gratuites, portant sur 97 817 actions, a été mis en place par le Conseil d'Administration du 12 mai 2005 ; les actions seront remises aux bénéficiaires après une période de 2 ans et devront être conservées par ceux-ci deux années supplémentaires.

Il existe en outre des plans de rémunération dénouables en numéraire fondés sur l'évolution du cours de l'action LVMH. Ces plans ont une durée de 4 ans ; ils ont été mis en place les 21 janvier 2004 et 12 mai 2005 et portent sur 206 750 et 187 300 actions respectivement.

15.4 Calcul de la charge de l'exercice

La charge de l'exercice de chaque plan d'options est déterminée selon la méthode Black et Scholes, comme décrit en Note 1.23. Les paramètres et hypothèses retenus pour cette évaluation sont les suivantes :

	Plans 2005	Plans 2004
Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (EUR)	57,05	62,75
Prix d'exercice (EUR)	52,82	55,70
Volatilité du cours de l'action LVMH	21,7 %	25,0 %
Taux de distribution de dividendes	1,65 %	1,35 %
Taux de placement sans risque	3,06 %	3,78 %
Durée de la période d'acquisition des droits	4 ans	4 ans

La volatilité du cours de l'action LVMH est déterminée sur la base de la volatilité implicite observée.

Le cours de Bourse moyen de l'action LVMH en 2005 était de 63,12 euros.

Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution gratuite d'actions :

- sur la base des hypothèses et paramètres ci-dessus, la valeur unitaire des options attribuées en 2005 est de 14,29 euros et de 20,05 euros pour les options attribuées en 2004 ;
- la valeur unitaire des actions gratuites attribuées en 2005 est de 54,98 euros ;
- la charge totale comptabilisée en 2005 au titre des plans est de 25 millions d'euros (50 millions d'euros en 2004).

Plans de rémunérations liés au cours de l'action LVMH :

La charge constatée correspond au montant de l'espérance de gain, estimé à chaque date d'arrêté selon les mêmes méthodes que pour les plans d'achat et de souscription d'actions ; le montant enregistré à ce titre en 2005 est de 5 millions d'euros (1 million d'euros en 2004).

16. INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>(en millions d'euros)</i>	2005	2004
Au 1^{er} janvier	893	928
Dividendes versés aux minoritaires	(120)	(109)
Part des minoritaires dans le résultat	228	208
Effets des variations de périmètre :		
consolidation de Millennium	-	82
acquisition de titres de minoritaires de Millennium	(76)	-
acquisition de titres de minoritaires de Fendi	-	(43)
acquisition de titres de minoritaires de Donna Karan	-	(23)
autres variations de périmètre	2	(23)
Total	(74)	(7)
Part des minoritaires dans les variations suivantes :		
engagements d'achat de titres de minoritaires	1	(69)
réserves de réévaluation	(12)	3
écart de conversion	107	(61)
charges liées aux plans d'options	2	-
Au 31 décembre	1 025	893

17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

17.1 Dette financière nette

<i>(en millions d'euros)</i>	2005	2004
Dette financière à long terme	3 747	4 188
Dette financière à court terme	2 642	2 529
Dette financière brute	6 389	6 717
Instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt	(151)	(156)
Dette financière brute après prise en compte des instruments dérivés	6 238	6 561
Placements financiers	(421)	(201)
Autres actifs financiers	(29)	(42)
Trésorerie et équivalents	(1 470)	(1 035)
Dette financière nette	4 318	5 283

Les effets des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt sont détaillés en Note 21.

17.2 Analyse de la dette financière brute par nature

(en millions d'euros)	2005	2004
Titres à durée indéterminée (TDI)	32	49
Emprunts obligataires et EMTN	3 023	3 416
Crédit-bail et locations de longue durée	156	151
Emprunts auprès des établissements de crédit	536	572
Dette financière à long terme	3 747	4 188
Emprunts obligataires et EMTN	1 195	968
Crédit-bail et locations de longue durée	22	21
Emprunts auprès des établissements de crédit	146	80
Billets de trésorerie	323	513
Autres emprunts et lignes de crédit	468	580
Titres à durée indéterminée (TDI)	-	20
Découverts bancaires	390	234
Intérêts courus	98	113
Dette financière à court terme	2 642	2 529
Dette financière brute totale	6 389	6 717
Valeur de marché de la dette financière brute	6 455	6 803

17.3 Titres à Durée Indéterminée (TDI)

(en millions d'euros)	Intérêt nominal	2005	2004
FRF 5 000 000 000 ; 1990	Euribor 6 mois + 0,45 %	-	20
FRF 1 505 000 000 ; 1992	9,70 %	32	49
Total		32	69

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.

Sur la base de ce qui précède, le solde comptable du TDI 1990 a été ramené à une valeur nulle au cours de l'exercice 2005.

17.4 Emprunts obligataires et EMTN

(en millions d'euros)	Échéance	Taux effectif initial ⁽¹⁾ (%)	2005	2004
EUR 600 000 000 ; 2005	2012	3,43	598	-
EUR 600 000 000 ; 2004	2011	4,74	625	623
EUR 750 000 000 ; 2003	2010	5,05	773	777
EUR 500 000 000 ; 2001	2008	6,27	525	536
EUR 800 000 000 ; 1999	2006	5,24	808	824
EUR 600 000 000 ; 2000	2005	-	-	588
FRF 1 300 000 761 ; 1998 indexé	2005	-	-	42
Émissions publiques			3 329	3 390
En euros			531	552
En devises			358	442
Placements privés EMTN			889	994
Total emprunts obligataires et EMTN			4 218	4 384

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

La variation des emprunts obligataires au cours de l'exercice 2005 provient principalement :

- de l'amortissement à hauteur de 587 millions d'euros de l'emprunt d'un montant nominal de 600 millions d'euros émis en 2000, et de 32 millions d'euros de l'emprunt d'un montant nominal de 198 millions d'euros (1 300 millions de francs) émis en 1998, échus au cours du premier semestre ;
- de l'émission obligataire de juin 2005 d'un montant nominal de 600 millions d'euros, d'une durée de 7 ans ; émis à 99,828 % du nominal et remboursable au pair, cet emprunt comporte un coupon fixe de 3,375 % payable annuellement.

17.5 Analyse de la dette financière brute par échéance

(en millions d'euros)	2005
Échéance 2006	2 643
2007	452
2008	1 013
2009	129
2010	805
Au-delà	1 347
Total	6 389

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

(en millions d'euros)	2005	2004
Euro	4 200	4 697
Dollar US	384	323
Franc suisse	881	881
Yen	403	486
Autres devises	370	174
Total	6 238	6 561

De façon générale, la dette en devises a pour objet de couvrir des actifs nets en devises, issus notamment de l'acquisition de sociétés hors zone Euro.

17.7 Analyse de la dette financière brute par nature de taux après effet des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2005	2004
Taux variable	604	976
Taux variable plafonné	2 531	3 099
Taux fixe	3 103	2 486
Total	6 238	6 561

17.8 Sensibilité

Compte tenu de la structure de la dette par devise au 31 décembre 2005, une hausse instantanée de 1 % sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une variation de -14 millions d'euros du résultat financier de l'exercice.

Une baisse instantanée de 1 % de ces mêmes courbes aurait pour effet une hausse de 49 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute après effet des instruments dérivés.

17.9 Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière nette à court terme avant impact des instruments dérivés soit 0,7 milliard d'euros, ou de l'en-cours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,3 milliard d'euros.

Au regard du non renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,9 milliards d'euros.

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

17.10 Covenants

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

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

17.11 Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2005, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,9 milliards d'euros.

17.12 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2005, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 100 millions d'euros.

18. PROVISIONS

(en millions d'euros)	2005	2004
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	264	258
Provisions pour risques et charges	631	581
Provisions pour réorganisation	54	44
Part à long terme	949	883
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	5	4
Provisions pour risques et charges	152	188
Provisions pour réorganisation	148	67
Part à court terme	305	259
Total	1 254	1 142

Au cours de l'exercice 2005, les soldes des provisions pour risques et charges ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 décembre 2004	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	31 décembre 2005
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	262	33	(32)	(24)	13	17	269
Provisions pour risques et charges	769	95	(92)	(28)	2	37	783
Provisions pour réorganisation	111	121	(31)	(8)	(5)	14	202
Total	1 142	249	(155)	(60)	10	68	1 254
dont : résultat opérationnel courant		119	(111)	(56)			
résultat financier		-	(7)	-			
autres		130	(37)	(4)			

Les provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés sont analysées en Note 28.

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités du Groupe : ces activités sont en effet menées dans le contexte d'un cadre

réglementaire international souvent imprécis, évoluant selon les pays et dans le temps, et s'appliquant à des domaines aussi variés que la composition des produits ou le calcul de l'impôt.

Voir également Note 24 « Autres produits et charges opérationnels » sur la fermeture temporaire du grand magasin parisien La Samaritaine, pour les provisions pour réorganisation.

19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2005	2004
Engagements d'achat de titres de minoritaires	3 151	3 013
Valeur de marché des instruments dérivés	15	26
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	63	55
Autres dettes	128	143
Total	3 357	3 237

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

Aux 31 décembre 2004 et 2005, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement vis-à-vis de Diageo pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur de marché.

Dans le calcul de l'engagement, cette valeur de marché a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés

comparables, appliqués aux données opérationnelles de Moët Hennessy.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre les engagements relatifs aux minoritaires de Fendi, Donna Karan et BeneFit, calculés selon différentes formules pouvant comporter un minimum.

20. AUTRES PASSIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2005	2004
Valeur de marché des instruments dérivés	98	161
Personnel et organismes sociaux	485	439
Participation du personnel aux résultats	44	13
Etat et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	212	210
Clients : avances et acomptes versés	104	95
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	192	199
Produits constatés d'avance	46	59
Autres dettes	358	330
Total	1 539	1 506

Aux 31 décembre 2004 et 2005, la valeur de marché des autres passifs financiers courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Les instruments dérivés sont analysés en Note 21.

21. INSTRUMENTS FINANCIERS

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

21.1 Instruments financiers liés à la gestion du risque de taux d'intérêt

Le Groupe gère le risque de taux lié à la dette financière nette globale. L'objectif de la politique de gestion menée est de prémunir le résultat contre une hausse rapide et sensible des taux d'intérêt.

Les montants notionnels des instruments financiers en vie au 31 décembre 2005 classés par type d'instrument et selon leur affectation comptable, valorisés en valeur de marché à cette date, sont les suivants :

Dans ce cadre, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux à nature ferme (swaps) ou conditionnelle (caps et floors).

(en millions d'euros)	Montants nominaux	Valeur de marché des contrats ⁽¹⁾		
		Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux - payeur fixe EUR	1 550		2	2
Swaps de taux - payeur variable EUR	3 387	151	7	158
Swaps de taux - variable / variable EUR	823		(14)	(14)
Caps achetés EUR	1 700		8	8
Tunnels (achat de cap & ventes de floors) EUR	1 650		2	2
Swaps de devises	(145)	2	(7)	(5)
Total		153	(2)	151

(1) Gain/(Perte).

La ventilation par maturité des dérivés relatifs au risque de taux en vie au 31 décembre 2005 est la suivante :

(en millions d'euros)	Montants nominaux	À moins d'un an	Entre 1 et 5 ans	Au-delà de 5 ans
Swaps de taux - payeur fixe EUR	1 550	850	700	
Swaps de taux - payeur variable EUR	3 387	826	1 961	600
Swaps de taux - variable / variable EUR	823	473	350	
Caps achetés EUR	1 700	350	1 350	
Tunnels (achat de cap & ventes de floors) EUR	1 650	1 650		
Swaps de devises	(145)	(118)	(27)	

21.2 Instruments financiers liés à la gestion du risque de change

Une part importante des ventes faites par les sociétés du Groupe, à leurs clients ou à leurs propres filiales de distribution, ainsi que certains de leurs achats, sont effectués en devises ; l'ensemble de ces flux en devises est constitué principalement de flux intra-Groupe.

Les instruments de couverture utilisés ont pour objet de réduire les risques de change issus des variations de parité de ces devises par rapport à la monnaie fonctionnelle de ces sociétés, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants.

Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts progressivement, dans la limite d'un horizon qui n'excède un an que dans les cas où les probabilités de réalisation le justifient. Dans ce cadre, et selon les évolutions de marché, les risques de change identifiés sont couverts progressivement par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

Le Groupe peut couvrir les situations nettes de ses filiales situées à l'étranger, par des instruments appropriés ayant pour objet de limiter l'effet sur ses capitaux propres consolidés des variations de parité des devises concernées contre l'euro.

Les montants nominaux des instruments financiers en vie au 31 décembre 2005, classés par type d'instrument et selon leur affectation comptable, valorisés en valeur de marché sur la base des cours de change à cette date sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux	Valeur de marché des contrats ⁽¹⁾				Total
		Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'investissements nets en devises	Couverture de juste valeur	Non affectés	
Options achetées						
Put USD	393		1			1
Put JPY	471	17				17
	864	17	1	-	-	18
Tunnels						
Vendeur USD	2 055	(18)				(18)
Vendeur JPY	115	3	1			4
Autres	96	(1)				(1)
	2 266	(16)	1	-	-	(15)
Contrats de change à terme ⁽²⁾						
USD	395	(5)		(4)	(8)	(17)
JPY	130	9	1			10
GBP	194	(1)			(1)	(2)
Autres	165	(6)	(1)		(2)	(9)
	884	(3)	-	(4)	(11)	(18)
Swaps cambistes ⁽²⁾						
CHF	887				6	6
USD	82				(1)	(1)
GBP	80					-
JPY	(19)		1		1	2
Autres	30					-
	1 060	-	1	-	6	7
Ventes de call	170				(10)	(10)
Total		(2)	3	(4)	(15)	(18)

(1) Gain/(Perte).

(2) Vente/(Achat).

La ventilation par année d'affectation des dérivés relatifs au risque de change, en vie au 31 décembre 2005, est la suivante :

(en millions d'euros)	Montants nominaux	2005	2006	2007
Options achetées				
Put USD	393		393	
Put JPY	471		431	40
	864	-	824	40
Tunnels				
Vendeur USD	2 055	9	1 570	476
Vendeur JPY	115	19	95	1
Autres	96		96	
	2 266	28	1 761	477
Contrats de change à terme ⁽²⁾				
USD	395	314	52	29
JPY	130	67	40	23
GBP	194	73	121	
Autres	165	53	106	6
	884	507	319	58
Swaps cambistes ⁽²⁾				
CHF	887	887		
USD	82	82		
GBP	80	80		
JPY	(19)	(19)		
Autres	30	30		
	1 060	1 060	-	-
Ventes de call	170	-	77	93

⁽²⁾ Vente/(Achat).

21.3 Instruments financiers liés à la gestion du risque actions

La politique de prise de participations du Groupe s'inscrivant dans la durée, le portefeuille d'investissements et de placements financiers ne fait pas l'objet de couverture relative au risque actions.

21.4 Synthèse des instruments financiers

Les instruments financiers sont comptabilisés au bilan dans les rubriques et pour les montants suivants :

(en millions d'euros)		Note	2005	2004
Risque de change				
Actifs :	- non courants		16	44
	- courants		17	213
Passifs :	- non courants		(2)	-
	- courants		(49)	(9)
		21.1	(18)	248
Risque de taux				
Actifs :	- non courants		94	154
	- courants		119	180
Passifs :	- non courants		(13)	(26)
	- courants		(49)	(152)
		21.2	151	156
En-cours total				
Actifs :	- non courants		110	198
	- courants	11	136	393
Passifs :	- non courants	19	(15)	(26)
	- courants	20	(98)	(161)
			133	404

22. INFORMATION SECTORIELLE

22.1 Informations par groupe d'activités

Exercice 2005

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations ⁽¹⁾	2005
Ventes hors Groupe	2 639	4 781	2 161	563	3 637	129	-	13 910
Ventes entre groupes d'activités	5	31	124	10	11	6	(187)	-
Total des ventes	2 644	4 812	2 285	573	3 648	135	(187)	13 910
Résultat opérationnel courant	869	1 467	173	38	347	(146)	(5)	2 743
Investissements opérationnels ⁽²⁾	100	302	115	18	135	44	-	714
Charges d'amortissement	59	187	91	18	112	28	-	495
Charges de dépréciation	-	-	-	-	72	11	-	83

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités	Non affecté ^{(4) (5)}	31 décembre 2005
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 830	5 033	938	1 041	2 861	86	-	12 789
Autres actifs opérationnels	4 378	2 333	896	385	2 076	1 765	3 431	15 264
Total actif	7 208	7 366	1 834	1 426	4 937	1 851	3 431	28 053
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	10 484	10 484
Passifs opérationnels	932	960	666	133	1 043	604	13 231	17 569
Total passif et capitaux propres	932	960	666	133	1 043	604	23 715	28 053

Exercice 2004

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations ⁽¹⁾	2004
Ventes hors Groupe	2 255	4 339	2 017	483	3 266	121	-	12 481
Ventes entre groupes d'activités	4	27	111	10	10	5	(167)	-
Total des ventes	2 259	4 366	2 128	493	3 276	126	(167)	12 481
Résultat opérationnel courant	813	1 309	150	7	238	(153)	8	2 372
Investissements opérationnels ⁽²⁾	69	253	86	19	181	64	-	672
Charges d'amortissement	48	173	89	16	109	26	-	461
Charges de dépréciation	3	12	20	24	25	17	-	101

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités	Non affecté ^{(4) (5)}	31 décembre 2004
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 068	4 925	923	1 049	2 619	98	-	11 682
Autres actifs opérationnels	3 792	2 188	852	363	1 917	1 986	2 737	13 835
Total actif	5 860	7 113	1 775	1 412	4 536	2 084	2 737	25 517
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	8 675	8 675
Passifs opérationnels	767	894	606	106	882	656	12 931	16 842
Total passif et capitaux propres	767	894	606	106	882	656	21 606	25 517

(1) Les éliminations correspondent aux ventes entre groupes d'activités ; il s'agit le plus souvent de ventes des groupes d'activités hors Distribution sélective à ce dernier. Les prix de cession entre les différents groupes d'activités correspondent aux prix normalement utilisés pour des ventes de gros ou à des détaillants hors Groupe.

(2) Les investissements opérationnels correspondent aux montants immobilisés au cours de l'exercice, non aux décaissements effectués au cours de l'exercice au titre de ces investissements.

(3) Les marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(4) Les actifs non affectés incluent les titres mis en équivalence, les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés.

(5) Les passifs non affectés incluent les dettes financières et la dette d'impôt courant et différé.

22.2 Informations par zones géographiques

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

(en millions d'euros)	2005	2004
France	2 073	2 005
Europe (hors France)	2 850	2 524
États-Unis	3 686	3 327
Japon	2 013	1 837
Asie (hors Japon)	2 301	1 923
Autres pays	987	865
Ventes	13 910	12 481

Les montants des investissements opérationnels par zone géographique sont les suivants :

(en millions d'euros)	2005	2004
France	317	243
Europe (hors France)	126	90
États-Unis	126	95
Japon	18	159
Asie (hors Japon)	95	45
Autres pays	32	40
Investissements opérationnels	714	672

Les investissements opérationnels présentent les montants immobilisés au cours de l'exercice, non les décaissements effectués au cours de l'exercice au titre des investissements.

23. PRODUITS ET CHARGES

23.1 Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2005	2004
Ventes réalisées par les marques et enseignes	13 718	12 347
Royalties et revenus de licences	101	97
Revenus des immeubles locatifs	33	23
Autres	58	14
Total	13 910	12 481

23.2 Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	2005	2004
Frais de recherche et développement	38	38
Frais publi-promotionnels	1 401	1 269
Loyers commerciaux	743	690
Charges de personnel	2 448	2 248

- Les frais de recherche et développement comprennent les frais de recherche pure et les frais de développement de produits nouveaux.

- Les frais publi-promotionnels incluent principalement les coûts des campagnes media et les frais de publicité sur les lieux de vente.

- Au 31 décembre 2005, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 1 723 (1 693 en 2004).

Dans certains pays, les locations de magasins sont assorties de montants minima, en particulier lorsque le bail comporte une clause d'indexation du loyer sur les ventes. La charge de location des magasins s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2005	2004
Loyers fixes ou minima	276	260
Part variable des loyers indexés	38	25
Redevances de concessions aéroportuaires	429	405
Loyers commerciaux	743	690

- Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2005	2004
Salaires et charges sociales	2 389	2 123
Retraites, frais médicaux et autres avantages assimilés	29	74
Charges liées aux plans d'options et assimilés	30	51
Total	2 448	2 248

24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	2005	2004
Amortissement des marques	(7)	(9)
Dépréciation des marques et écarts d'acquisition	(49)	(54)
Dépréciation d'actifs corporels	(34)	(47)
Résultat de cessions	-	(14)
Réorganisations	(132)	(27)
Effets de la transition aux normes IFRS sur le résultat de change	(3)	(36)
Autres	4	(12)
Autres produits et charges opérationnels	(221)	(199)

En 2005

Les « autres produits et charges opérationnels » comprennent en 2005 une charge exceptionnelle de 179 millions d'euros, liée à la nécessité de fermer au public le grand magasin parisien de la Samaritaine pour la réalisation d'importants travaux de mise en sécurité et conformité.

Ce montant inclut une première évaluation du plan de sauvegarde de l'emploi ayant recueilli l'avis favorable du comité d'entreprise le 6 février 2006 et fait l'objet d'un accord majoritaire avec les organisations syndicales le même jour ; la provision constituée à ce titre est de 55 millions d'euros. Les immobilisations incorporelles ainsi que les agencements et aménagements du magasin font l'objet d'un amortissement exceptionnel du montant de leurs valeurs nettes au bilan, soit respectivement 38 et 23 millions d'euros. L'ensemble des pertes sur stocks de marchandises ainsi que les charges consécutives à la caducité des contrats avec les partenaires commerciaux ont donné lieu à des charges ou provisions s'élevant à 47 millions d'euros ; les frais de mise en sécurité immédiate et

les frais divers de gestion du site ont représenté enfin une charge de 6 millions d'euros.

Les autres éléments constitutifs des « Autres produits et charges opérationnels » concernent essentiellement des réorganisations d'activité pour 21 millions d'euros, et des amortissements et dépréciations d'incorporels pour 17 millions d'euros.

En 2004

Les « Autres produits et charges opérationnels » sont constitués notamment de dépréciations de marques non stratégiques et de faible valeur unitaire ; de la dépréciation d'ensembles immobiliers situés à l'étranger à la rentabilité d'exploitation insuffisante ; de résultats de cessions, en particulier de la société Christian Lacroix. S'y ajoutent des coûts de réorganisations concernant différentes marques et enseignes du Groupe, au titre de la fermeture de marchés ou de l'arrêt d'activités secondaires et non profitables.

25. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	2005	2004
Coût de la dette financière brute, hors TDI	(199)	(218)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	15	26
Effets des évaluations en valeur de marché de la dette financière et instruments de couverture, hors TDI	1	(6)
Impact des TDI	(5)	(16)
Coût de la dette financière nette	(188)	(214)
Part inefficace des couvertures de change	(106)	(12)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	44	16
Autres, nets	107	(10)
Autres produits et charges financiers	45	(6)
Résultat financier	(143)	(220)

Les autres produits financiers nets sont constitués, pour 99 millions d'euros, de plus-values de cession de titres Bouygues.

26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

26.1 Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	2005	2004
Impôt courant de la période	(594)	(523)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	10	42
Impôt courant	(584)	(481)
Variation des impôts différés	(132)	(95)
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	(2)	39
Impôts différés	(134)	(56)
Charge totale d'impôt	(718)	(537)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	15	(39)

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

(en millions d'euros)	2005	2004
Résultat avant impôt	2 379	1 953
Charge totale d'impôt	(718)	(537)
Taux d'imposition effectif	30 %	27 %

26.2 Sources d'impôts différés

Au compte de résultat (en millions d'euros)	2005	2004
Mise à valeur de marché des marques	(17)	46
Mise à valeur de marché des terres à vignes	1	1
Autres écarts de réévaluation	-	11
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(86)	(23)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	8	10
Provisions pour risques et charges et dépréciations d'actifs ⁽¹⁾	(2)	1
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	15	12
Autres retraitements de consolidation	(55)	(51)
Report déficitaire	2	(63)
Total	(134)	(56)

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

En capitaux propres (en millions d'euros)	2005	2004
Mise à valeur de marché des terres à vignes	(13)	(16)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(26)	(35)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	54	12
Total	15	(39)

Au bilan (en millions d'euros)	2005	2004
Mise à valeur de marché des marques	(2 295)	(2 098)
Mise à valeur de marché des terres à vignes	(350)	(248)
Autres écarts de réévaluation	(315)	(314)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(27)	85
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	20	(45)
Provisions pour risques et charges et dépréciations d'actifs ⁽¹⁾	45	37
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	162	149
Autres retraitements de consolidation	(2)	65
Reportes déficitaires	143	128
Total	(2 619)	(2 241)

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

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

(en millions d'euros)	2005	2004
Impôts différés actifs	306	217
Impôts différés passifs	(2 925)	(2 458)
Impôts différés nets au bilan	(2 619)	(2 241)

26.3 Analyse de l'écart entre le taux d'imposition effectif et le taux d'imposition théorique

Le rapprochement entre le taux d'imposition théorique, qui est le taux légal applicable aux sociétés françaises, et le taux d'imposition effectif constaté dans les états financiers consolidés, s'établit de la façon suivante :

(en pourcentage du résultat avant impôt)	2005	2004
Taux d'imposition théorique	34,9	35,4
- effets des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	0,1	(2,0)
- effets des différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(2,9)	(3,9)
- effets des résultats et reports déficitaires	(3,3)	(5,1)
- effets des différences entre les résultats consolidés et imposables, et des résultats imposables à un taux réduit	0,6	2,6
- effets des retenues à la source	0,8	0,5
Taux d'imposition effectif	30,2	27,5

Depuis 2000, les sociétés françaises sont soumises à un supplément d'impôt dont le taux était de 6,3 % pour l'exercice 2004 ; ce supplément a été réduit à 4,8 % pour 2005 et 3,3 % pour 2006 portant ainsi le taux d'imposition théorique à 34,9 % en 2005 et 35,4 % en 2004.

La progression des effets des différences entre les résultats consolidés et imposables en 2005 provient, notamment, d'une modification du régime fiscal des Titres à Durée Indéterminée apportée par la loi de finances 2006.

26.4 Reports déficitaires

Au 31 décembre 2005, l'effet d'impôt des reports déficitaires et crédits d'impôt non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à

comptabilisation d'impôts différés actifs, s'élève à 763 millions d'euros (844 millions d'euros en 2004).

26.5 Consolidations fiscales

- Le régime français d'intégration fiscale permet à certaines sociétés françaises du Groupe de compenser leurs résultats imposables pour la détermination de la charge d'impôt d'ensemble, dont seule la société mère intégrante reste redevable.

L'adoption de ce régime, qui concerne principalement la société mère LVMH, a généré une économie d'impôt de 132 millions d'euros en 2005 (277 millions d'euros en 2004).

- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur dans certains pays étrangers, notamment les États-Unis et l'Italie ont généré une économie d'impôt complémentaire de 74 millions d'euros en 2005 (40 millions d'euros en 2004).

27. RÉSULTATS PAR ACTION

	2005	2004
Résultat net, part du Groupe <i>(en millions d'euros)</i>	1 440	1 194
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	489 937 410	489 937 410
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(19 731 021)	(20 984 156)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	470 206 389	468 953 254
Résultat par action (en euros)	3,06	2,55
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	470 206 389	468 953 254
Effet de dilution des plans d'options	3 840 868	3 648 671
Nombre moyen d'actions en circulation après effets de dilution	474 047 257	472 601 925
Résultat par action après dilution <i>(en euros)</i>	3,04	2,53

28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

28.1 Charge de la période

<i>(en millions d'euros)</i>	2005	2004
Coût des services rendus	40	38
Effet de l'actualisation	20	21
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(13)	(9)
Coût des services passés	2	-
Modifications des régimes	(20)	24
Charge de la période au titre des régimes à prestations définies	29	74
Rendement / (coût) effectif des actifs des régimes financiers dédiés	22	14

28.2 Engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	2005	2004
Droits couverts par des actifs financiers	470	398
Droits non couverts par des actifs financiers	137	156
Valeur actualisée des droits	607	554
Valeur de marché des actifs financiers	(343)	(287)
Écarts actuariels non comptabilisés au bilan	8	6
Coût des services passés non encore comptabilisés	(12)	(14)
Éléments non reconnus	(4)	(8)
Engagement net comptabilisé	260	259
Dont :		
Provisions à long terme	264	258
Provisions à court terme	5	3
Immobilisations financières	(9)	(2)
Total	260	259

28.3 Analyse de la variation de l'engagement

(en millions d'euros)	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Éléments non reconnus	Engagements nets comptabilisés
Solde au 31 décembre 2004	554	(287)	(8)	259
Charge de l'exercice	60	(13)	(18)	29
Prestations aux bénéficiaires	(52)	40	-	(12)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(42)	-	(42)
Effet des variations de taux de change	19	(5)	(1)	13
Effet des variations de périmètre	39	(26)	-	13
Modifications des régimes	(20)	(2)	22	-
Écarts actuariels	7	(8)	1	-
Solde au 31 décembre 2005	607	(343)	(4)	260

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements au 31 décembre 2005, dans les principaux pays de localisation de ces derniers, sont les suivantes :

Taux d'actualisation	2,00 % au Japon, 4,00 % en France, 5,75 % aux États-Unis
Taux de rendement long terme attendu des placements	4,00 % au Japon, 4,00 % en France, 8,00 % aux États-Unis
Taux d'augmentation future des salaires	2,00 % à 4,50 %
Taux d'augmentation des coûts médicaux	décroissant de 9 % à 6 % entre 2006 et 2010, 5 % ensuite aux États-Unis

Au 31 décembre 2004, les hypothèses actuarielles retenues étaient les suivantes :

Taux d'actualisation	2,00 % au Japon, 4,75 % en France, 5,75 % aux États-Unis
Taux de rendement long terme attendu des placements	4,00 % au Japon, 4,75 % en France, 8,00 % aux États-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 États-Unis

28.4 Analyse des droits

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

(en millions d'euros)	2005	2004
Indemnités de départ en retraite et assimilées	85	75
Frais médicaux des retraités	53	57
Médailles du travail	12	10
Retraites complémentaires	430	362
Préretraites	17	41
Autres	10	9
Valeur actualisée des droits	607	554

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

(en millions d'euros)	2005	2004
France	261	281
Europe (hors France)	169	108
Amérique	115	98
Japon	54	60
Asie Pacifique	8	7
Valeur actualisée des droits	607	554

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2005 sont les suivants :

- en France : il s'agit principalement des médailles du travail et indemnités de fin de carrière, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement après une certaine ancienneté ou lors du départ en retraite ;
- en Europe (hors France), les principaux engagements concernent les régimes de remboursement de frais médicaux des retraités, mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe ainsi que le TFR (Trattamento di Fine Rapporto) en Italie, dont le versement est prévu par la loi au moment du départ de l'entreprise, quel qu'en soit le motif ;
- aux États-Unis, l'engagement provient des régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place par certaines sociétés du Groupe.

28.5 Analyse des actifs financiers dédiés

La répartition des valeurs de marché des supports dans lesquels les fonds versés sont investis est la suivante :

(en pourcentage)	2005	2004
Actions	46	37
Obligations		
- émetteurs privés	25	29
- émetteurs publics	22	24
Immobilier, trésorerie et autres actifs	7	10
Valeur de marché des actifs financiers dédiés	100	100

Les actifs des plans ne comportent pas de biens immobiliers exploités par le Groupe ni d'actions LVMH.

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

29.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2005	2004
Raisins, vins et eaux de vie	809	775
Immobilisations industrielles ou commerciales	58	77
Titres de participation et investissements financiers	59	76

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux de vie résulte d'engagements d'achats auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont valorisés, selon les activités, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés. Ils couvrent principalement les années 2006 et 2007.

Au 31 décembre 2005, des négociations étaient en cours pour la finalisation d'accords venant compléter les engagements d'achat de raisins, vins et eaux de vie mentionnés ci-dessus.

29.2 Engagements de location

Outre la location de ses magasins, le Groupe finance également une partie de son équipement par des locations simples de longue durée. En outre, certains actifs immobilisés ou équipements

industriels ont été acquis ou refinancés par des contrats de location financement.

Locations simples et redevances de concessions

Au 31 décembre 2005, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location simple et de redevances de concessions s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2005	2004
À moins d'un an	553	541
De un à cinq ans	1 508	1 389
Au-delà de cinq ans	825	870
Engagements donnés au titre de locations simples et redevances de concessions	2 886	2 800
À moins d'un an	18	20
De un à cinq ans	44	47
Au-delà de cinq ans	8	15
Engagements reçus au titre de sous-locations	70	82

Locations financement

Au 31 décembre 2005, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location financement s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2005		2004	
	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements
À moins d'un an	32	29	16	14
De un à cinq ans	85	67	78	65
Au-delà de cinq ans	464	81	424	78
Total des paiements minima futurs	581		518	
Part représentative d'intérêts financiers	(404)		(361)	
Valeur actuelle des paiements minima futurs	177	177	157	157

29.3 Passifs éventuels et litiges en cours

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est impliqué dans ou a engagé diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de la propriété intellectuelle, la mise en place de systèmes de distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales, et toutes autres matières inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de la clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de façon significative en cas d'issue défavorable.

29.4 Cautions, avals et autres garanties

(en millions d'euros)	2005	2004
Avals et cautions	37	29
Autres garanties	54	48
Garanties données	91	77
Garanties reçues	12	8

29.5 Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

30. PARTIES LIÉES

30.1 Relations de LVMH avec Christian Dior et Groupe Arnault

Le Groupe LVMH est consolidé dans les comptes de Christian Dior S.A., société cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris, contrôlée par la société Groupe Arnault SAS via sa filiale Financière Agache S.A.

Relations de LVMH avec Christian Dior

Le Groupe LVMH, via ses filiales Parfums Christian Dior et Montres Christian Dior, met en œuvre des actions de communication concertées avec Christian Dior S.A. et ses filiales. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique en matière de design de flacons de parfums ou de montres, ainsi qu'en matière de campagnes media.

LVMH distribue les produits commercialisés par Christian Dior dans le cadre de son activité de Distribution sélective. Christian Dior achète à LVMH, pour les commercialiser dans son réseau de magasins, les produits fabriqués par Parfums Christian Dior et Montres Christian Dior.

Enfin, LVMH fournit des prestations administratives aux filiales étrangères de Christian Dior.

L'ensemble des transactions entre LVMH et Christian Dior, réalisées à prix de marché, peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2005	2004
Achats de LVMH à Christian Dior	(17)	(16)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(11)	(10)
Ventes de LVMH à Christian Dior	9	4
Créances clients au 31 décembre	2	1

Relations de LVMH avec Groupe Arnault et Financière Agache

Groupe Arnault SAS fournit à LVMH des prestations d'assistance dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier ; en outre, Groupe Arnault loue à LVMH des locaux à usage commercial.

LVMH loue à ces sociétés des locaux à usage de bureaux et leur fournit également diverses prestations administratives.

Les transactions entre LVMH et Groupe Arnault ou Financière Agache peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2005	2004
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(6)	(6)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(2)	(3)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	1	1
Créances clients au 31 décembre	-	-

30.2 Relations avec Diageo

Moët Hennessy est la société holding des activités Vins et Spiritueux du Groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient depuis 1994 une participation de 34 % dans Moët Hennessy. À cette date a été établie une convention entre Diageo et Moët Hennessy ayant pour objet la répartition des frais de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du Groupe LVMH.

Au titre de cette convention, Moët Hennessy a supporté 23 % des frais communs en 2005 (24 % en 2004), le total des charges administratives de Moët Hennessy s'élevant à 44 millions d'euros en 2005 (34 millions d'euros en 2004).

30.3 Organes de direction

La rémunération globale des membres du Comité Exécutif et du Conseil d'Administration, soit 28 personnes, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2005	2004
Rémunérations brutes et avantages en nature	40	38
Avantages post emploi	8	7
Coût des plans d'options et assimilés	15	10
Total	63	55

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

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

LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2005

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
VINS ET SPIRITUEUX							
Champagne Moët & Chandon SCS	Epernay, France	100 %	66 %	RML DF Greater China	Shanghai, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %	Moët Hennessy Diageo KK	Tokyo, Japon ⁽³⁾	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %	Moët Hennessy Asia Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %
Champagne Des Moutiers SA	Epernay, France	100 %	66 %	Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Schieffelin Partner Inc	New York, U.S.A.	100 %	66 %	Millennium Import LLC	Minneapolis, MN, USA	100 %	66 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %	Millennium Brands Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Chamfipar SA	Ay, France	100 %	66 %	Polmos Zyrardow	Zyrardow, Pologne	98 %	65 %
Société Viticole de Reims SA	Ay, France	100 %	66 %	The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Ay, France	100 %	66 %	Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %	Glenaird Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	50 %	33 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %	The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy Osterreich GmbH	Vienne, Autriche	90 %	59 %	MODE ET MAROQUINERIE			
Schieffelin & Somerset	New York, U.S.A.	100 %	66 %	Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy (Nederland) BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	66 %	Manufacture de souliers Louis Vuitton S.r.l.	Fiesso d'Arco, Italie	100 %	100 %
Schieffelin & Co	New York, U.S.A.	100 %	66 %	Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC	Saint Barthélémy, Antilles Françaises	100 %	100 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ⁽³⁾	100 %	66 %	Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Opera Vineyards SA	Buenos Aires, Argentine ⁽¹⁾	50 %	33 %	Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
France Champagne SA	Epernay, France	100 %	66 %	Société des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Domaine Chandon, Inc	Yountville (Californie), U.S.A.	100 %	66 %	Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %	Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	66 %	Sedivem SNC	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy do Brasil - Vinhos E - Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %	Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	98 %	98 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle Zélande	100 %	66 %	Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %	ELV SARL	Paris, France	100 %	100 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %	LVMH Fashion Group UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), U.S.A.	80 %	53 %	Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Reims, France	100 %	66 %	Louis Vuitton España SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %	Sociedad Catalana Talleres Artesanos	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Neggma SA	Reims, France	50 %	33 %	Louis Vuitton SA	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Veuve Clicquot U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	Louis Vuitton BV	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Clicquot, Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	66 %	LVMH Fashion Group Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Veuve Clicquot Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %	Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100 %	66 %	Louis Vuitton Portugal Maleiro, Ltda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %	Louis Vuitton Ltd	Tel Aviv, Israël	100 %	100 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %	Louis Vuitton Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Kobenhavn, Danemark	100 %	66 %	Louis Vuitton Aktiebolag SA	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %	LVMH Fashion Group Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	99 %
Moët Hennessy Italia S.p.a.	Milan, Italie	100 %	66 %	Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Krug SA	Reims, France	100 %	66 %	Louis Vuitton Osterreich G.m.b.H	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Champagne Ruinart SA	Reims, France	100 %	66 %	Louis Vuitton Cantacilic Ticaret Anonim Sirketi	Istanbul, Turquie	99 %	99 %
Ruinart UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	LV US Manufacturing, Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Ruinart Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %	Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
Ruinart España S.L.	Madrid, Espagne	100 %	66 %	LVMH Fashion Group Hawaii Inc	Honolulu, (Hawaï) U.S.A.	100 %	100 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	65 %	65 %	LVNA Finance Corp	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64 %	64 %	Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	40 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %	Louis Vuitton Guam, Inc	Guam	100 %	100 %
Diageo Moët Hennessy BV LLC	Amsterdam, Pays-Bas ⁽³⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Saipan, Inc	Saipan	100 %	100 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %	San Dimas Luggage Company	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande ⁽²⁾	40 %	26 %	LVMH FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %	Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Riche Monde Orient Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	66 %	Blinfar SA	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %
Riche Monde Ltd	Hong Kong, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100 %	100 %
Riche Monde (China) Ltd	Shanghai, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %	LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
M.H. - U.D.G. (Far East) Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	66 %	Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Riche Monde Pte Ltd	Singapour ⁽³⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton (Philippines), Inc	Makati, Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Riche Monde Malaisie Inc	Petaling Jaya, Malaisie ⁽³⁾	50 %	33 %	LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Riche Monde Taïpei Ltd	Taïpei, Taïwan ⁽³⁾	100 %	66 %	PT Louis Vuitton Indonesia	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %
Riche Monde Bangkok Ltd	Bangkok, Thaïlande ⁽³⁾	100 %	66 %	Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Moët Hennessy Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	65 %	Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %	Louis Vuitton Taïwan, Ltd	Taïpei, Taïwan	95 %	95 %
Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %	Louis Vuitton Australia, PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	65 %	Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
				LV New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Louis Vuitton Kuwait CSP	Safat, Koweït	60 %	60 %
Louis Vuitton EAU LLC	Dubai, Emirats Arabes Unis	65 %	65 %
LV Arabie Saoudite LLC	Jeddah, Arabie Saoudite	65 %	65 %
Louis Vuitton Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Trading Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
LV Colombia SA	Santafé de Bogota, Colombie	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100 %	100 %
Louis Vuitton Venezuela SA	Caracas, Venezuela	100 %	100 %
Louis Vuitton South Africa (Pty) Ltd	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macau, Macao	100 %	100 %
LVMH Fashion Group (Shanghai) Trading Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LV Cup España S.L	Valence, Espagne	100 %	100 %
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	99 %	99 %
LVMH Fashion Group Americas Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Louis Vuitton 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 S.L.	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 Pte 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 %
Calturnificio Rossi Moda SpA	Vigonza, Italie	97 %	97 %
Rossi Moda Inc	New York, U.S.A.	100 %	97 %
Rossimoda France SARL	Paris, France	100 %	97 %
Brenta Suole S.r.l.	Vigonza, Italie	65 %	63 %
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.	Greve in Chianti, Florence, 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	Tumon, Guam	100 %	100 %
Céline Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Céline Taïwan Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	98 %
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 Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Kenzo Homme UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	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 %
Gabrielle Studio, Inc	New York, U.S.A.	100 %	98 %
Donna Karan International Inc	New York, U.S.A. (*)	98 %	98 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
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 France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Fun Fashion Emirates LLC	Dubai, UAE	100 %	100 %
Fendi SA	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 Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Fendi France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Fendi North America Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Fendi Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Fendi Guam Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %
Fendi (Thailand) Co. Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Fendi Taiwan Ltd	Taïpei, Taïwan	75 %	75 %
Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	70 %	70 %
Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	70 %	70 %
Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fun Fashion FZCO LLC	Dubai, UAE	60 %	60 %
Fendi Marianas Inc	Tumon, Guam	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 %

PARFUMS ET COSMÉTIQUES

Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %
LVMH Parfums & Cosmétiques do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
France Argentine Cosmetics SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
LVMH P&C Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
Beauté SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapour) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
PCD Orient FZ Co	Dubai, UAE	60 %	60 %
Parfums Christian Dior (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Christian Dior BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Perfumes y Cosmetics Iberica SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Parfums Christian Dior S.A.B.	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
LVMH P&C Holding SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas S.A.	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A.G.	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes LLC	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Canada Inc	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH P&C de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Japon K.K.	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Inalux SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fa Hua Hong Kong Co, Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Pardior SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A/S Ltd	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
LVMH Perfums & Cosmetics Group Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AS Ltd	Hoevik, Norvège	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AB	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (New Zealand) Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior GmbH Austria	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cosmetic of France Inc	Miami (Floride), U.S.A.	100 %	100 %
GIE LVMH P&C Recherche	Paris, France	100 %	100 %
GIE Parfums et Cosmétiques Information Services - PCIS	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Perfumes Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Acqua Di Parma S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Guerlain SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Parfums & Kosmetik Deutschland GmbH	Wiesbaden, Allemagne	100 %	100 %
Guerlain GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cofra GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Guerlain SA (Belgique)	Fleurus, Belgique	100 %	100 %
Oy Guerlain AB	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Guerlain Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Perfumeria e Cosmetica Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Guerlain SA (Suisse)	Genève, Suisse	100 %	100 %
Guerlain Inc	New York, U.S.A.	100 %	100 %
Guerlain Canada Ltd	Montréal, Canada	100 %	100 %
Guerlain De Mexico SA	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Guerlain Puerto Rico, Inc	San Juan, Puerto Rico	100 %	100 %
Guerlain Asia Pacific Ltd (Hong Kong)	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Guerlain Taiwan Co Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	100 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Guerlain Malaysia SDN Berhad Inc	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	100 %
Make Up For Ever UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Make Up For Ever LLC	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Make Up For Ever Italie S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Parfums Givenchy SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Parfums Givenchy Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Givenchy GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Parfums Givenchy LLC	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Parfums Givenchy Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
Parfums Givenchy KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Givenchy WHD, Inc	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Kenzo Parfums France SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Parfums NA LLC	New York, U.S.A. (*)	100 %	100 %
Laflachère SA	Beauvais, France	100 %	100 %
La Brosse et Dupont SAS	Villepinte, France	100 %	100 %
La Brosse et Dupont Portugal SA	S. Domingos de Rana, Portugal	100 %	100 %
Mitsie SAS	Tarare, France	100 %	100 %
LBD Iberica SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Etablisements Ladoë SAS	Tourcoing, France	100 %	100 %
LBD Ménage SAS	Beauvais, France	100 %	100 %
LBD Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
SCI Masurel	Tourcoing, France	100 %	100 %
SCI Sageda	Orange, France	100 %	100 %
La Niçoise SAS	Carros, France	100 %	100 %
LBD Italia S.r.l.	Stezzano, Italie	100 %	100 %
Etablisements Mancret Père & Fils SA	Grenoble, France	100 %	100 %
Inter-Vion Spolka Akeyjna SA	Varsovie, Pologne	51 %	51 %
Europa Distribution SAS	Saint Etienne, France	100 %	100 %
LBD Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LBD Antilles SAS	Ducos, Martinique, France	100 %	100 %
BeneFit Cosmetics LLC	San Francisco, (Californie), U.S.A.	80 %	80 %
BeneFit Cosmetics UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics Korea	Séoul, Corée du Sud	80 %	80 %
BeneFit Cosmetics SAS	France	100 %	80 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
BeneFit Cosmetics Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Fresh Inc	Boston (Massachusetts), U.S.A.	65 %	65 %
LVMH Perfumes and Cosmetics Services LLC	Edison (New Jersey), U.S.A. (*)	100 %	100 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
MONTRES ET JOAILLERIE			
TAG Heuer International SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
TAG Heuer SA	Marin, Suisse	100 %	100 %
LVMH Relojeria & Joyeria España SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Montres & Joaillerie France SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Italy Holding SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry UK Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
Tag Heuer Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry USA (Inc)	Springfield, (New Jersey) U.S.A.	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Far East Ltd	Hong Kong, Chine	99 %	99 %
LVMH Watch & Jewelry Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Malaysia Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Capital Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Japan K.K.	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	100 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %
LVMH Watch et Jewelry Caribbean & 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, Inde	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry China	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %
Chaumet Monte-Carlo SAM	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Chaumet Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	51 %	51 %
Zenith International SA	Le Locle, Suisse	100 %	100 %
Zenith Time Co Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch et Jewelry Italy SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
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 %
MMO 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 Spa	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 %
Clab S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos SA	Athènes, Grèce ⁽¹⁾	50 %	50 %
Beauty Shop Romania SA	Bucarest, Roumanie ⁽¹⁾	50 %	50 %
Spring Time Cosmetics SA	Athènes, Grèce ⁽¹⁾	50 %	27 %
Sephora Tchèque SRO	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %
Sephora Patras	Alimos, Grèce ⁽¹⁾	51 %	25 %
Sephora Cosmetics España	Madrid, Espagne ⁽¹⁾	50 %	50 %
Sephora China	Shanghai, Chine	81 %	81 %
Sephora Holding Asia	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Sephora USA, Inc	San Francisco (Californie), U.S.A. (*)	100 %	100 %
Sephora Beauty Canada, Inc	San Francisco (Californie), U.S.A.	100 %	100 %
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	55 %	57 %
DFS Holdings Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
DFS Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	61 %	61 %
DFS Australia Superannuation Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
Travel Retail Shops Pte Ltd	Sydney, Australie ⁽²⁾	45 %	28 %
Bloomburg Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS European Logistics Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS Group Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
DFS China Partners Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS Macau Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
Duty Free Shoppers Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
Hong Kong International Boutique Partners	Hong Kong, Chine	50 %	31 %
TRS Duty Free Shoppers Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	45 %	28 %
DFS Okinawa KK	Okinawa, Japon	100 %	61 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon ⁽²⁾	45 %	28 %
JAL/DFS Duty Free Shoppers KK	Chiba, Japon ⁽²⁾	40 %	24 %
DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
DFS Merchandising Ltd	Antilles Néerlandaises	100 %	61 %
DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %
DFS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	61 %
TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande ⁽²⁾	45 %	28 %
Commonwealth Investment Company, Inc	Saipan, Iles Mariannes	97 %	59 %
DFS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Saipan International Boutique Partners	Saipan, Iles Mariannes	50 %	31 %
DFS Palau Ltd	Koror, Palau	100 %	61 %
DFS Galleria Taiwan Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	61 %
DFS Taiwan Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	61 %
Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taïpei, Taïwan	100 %	61 %
DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
DFS Trading Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽²⁾	45 %	28 %
Singapore International Boutique Partners	Singapour	50 %	31 %
DFS Group L.P.	Delaware, U.S.A	61 %	61 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Los Angeles (Californie) U.S.A	77 %	47 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Honolulu, (Hawaï) U.S.A.	100 %	61 %
Hawaï International Boutique Partners	Honolulu, (Hawaï) U.S.A.	50 %	31 %
JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, U.S.A.	80 %	49 %
DFS/Waters	Dallas (Texas) U.S.A.	68 %	42 %
DFS Guam L.P.	Tamuning, Guam	61 %	61 %
Guam International Boutique Partners	Tamuning, Guam	50 %	31 %
DFS Liquor Retailing Ltd	Delaware, U.S.A.	61 %	61 %
Twenty Seven - Twenty Eight Corp.	Delaware, U.S.A.	61 %	61 %
TRS Hawaii LLC	Honolulu, (Hawaï) U.S.A. ⁽²⁾	45 %	28 %
TRS Saipan	Garapan, Saipan, Iles Mariannes ⁽²⁾	45 %	28 %
TRS Guam	Tumon, Guam ⁽²⁾	45 %	28 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %
SEGEP SNC	Paris, France	99 %	99 %
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %
Balthazar SNC	Paris, France	100 %	100 %
Tumon Entertainment LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Comete Guam Inc	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Tumon Games LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Tumon Aquarium LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
Comete Saipan Inc	Saipan NMI	100 %	100 %
Cruise Line Holdings Co	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
On-Board Media, Inc	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Starboard Cruise Services, Inc	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
Starboard Holdings Ltd	Delaware, U.S.A.	100 %	100 %
International Cruise Shops, Ltd	Iles Caïmans	100 %	100 %
South Florida Custom Brokers, Inc	South Florida (Floride) U.S.A.	100 %	100 %
Miami Airport Duty-Free Joint Venture	Miami (Floride) U.S.A.	66 %	66 %
Fort Lauderdale Partnership	Ft Lauderdale (Floride) U.S.A.	75 %	75 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
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 Régie SAS	Paris, France	100 %	100 %
SFPA 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 %
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume-Uni ⁽²⁾	50 %	50 %
Ufipar SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sofidiv SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Boulogne Billancourt, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Moët Hennessy Investissements	Boulogne Billancourt, France	100 %	66 %
LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy International SA	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
Creare SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
Creare Pte Ltd	Singapour	100 %	86 %
Jean Goujon SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Delphine SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Primea SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Eutrope SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %
Cie Financière Laflachère SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LV Capital SA	Paris, France	100 %	100 %
Micromania SAS	Nice, France ⁽²⁾	26 %	26 %
SFMI SA	Nice, France ⁽²⁾	26 %	26 %
LC Omega Holding SA	Boulogne Billancourt, France ⁽²⁾	26 %	26 %
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 Ltd	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 2005, 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. Ces comptes ont été préparés pour la première fois conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne. Ils comprennent à titre comparatif les données relatives à l'exercice 2004 retraitées selon les mêmes règles.

I. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- Nous nous sommes assurés que la note 1.9 aux états financiers donne une information appropriée sur le traitement comptable des engagements d'achat de titres de minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne.
- Les marques et les écarts d'acquisition font l'objet d'un test de valorisation réalisé selon la méthode décrite dans la note 1.11 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 pour réaliser ces évaluations.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATION SPÉCIFIQUE

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du groupe. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

	<i>Page</i>
1. COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION	125
2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES ADMINISTRATEURS	126
3. COMMISSAIRES AUX COMPTES	137

1. COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim ¹
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général Délégué

Antoine Arnault ²

Delphine Arnault

Jean Arnault

Nicolas Bazire

Nicholas Clive Worms ¹

Diego Della Valle ¹

Albert Frère

Jacques Friedmann ¹

Pierre Godé

Gilles Hennessy

Patrick Houël

Arnaud Lagardère ¹

Lord Powell of Bayswater

Felix G. Rohatyn

Hubert Védrine ¹

CENSEUR

Kilian Hennessy ¹

COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Antoine Bernheim ¹
Président

Nicholas Clive Worms ¹

Gilles Hennessy

COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Antoine Bernheim ¹
Président

Albert Frère

Kilian Hennessy ¹

COMITÉ EXÉCUTIF

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antonio Belloni
Directeur Général Délégué

Nicolas Bazire
Développement et Acquisitions

Ed Brennan
Travel retail

Yves Carcelle
Mode et Maroquinerie

Pierre Godé
Conseiller du Président

Jean-Jacques Guiony
Finances

Patrick Houël
Conseiller du Président

Concetta Lanciaux
Conseiller du Président, Synergies, Ressources Humaines

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Patrick Quart
Conseiller du Président

Philippe Pascal
Montres et Joaillerie

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Bernard Rolley
Opérations

Pierre-Yves Roussel
Stratégie et Opérations

SECRETARIAT GÉNÉRAL

Marc-Antoine Jamet

¹ Personnalité indépendante.

² Nomination proposée à l'Assemblée Générale du 11 mai 2006.

2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES ADMINISTRATEURS

2.1 Mandats d'Administrateurs en cours

M. Bernard ARNAULT, Président-Directeur Général

Né le 5 mars 1949.

Français.

Date de première nomination : 26 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006.

M. Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinel. En 1974, il en devient Directeur de la Construction, puis Directeur Général en 1977 et enfin Président en 1978.

Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président Directeur Général de Financière Agache SA et de Christian Dior SA. Il entreprend alors de réorganiser le groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.

En 1989, il devient le principal actionnaire de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton, et crée ainsi le premier groupe mondial du luxe. Il en prend la Présidence et l'exerce depuis cette date.

Fonctions et mandats actuels :

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.

Fonctions et mandats antérieurs :

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

Administrateur de :

- Financière Jean Goujon SA, France ;
- Vivendi Universal SA, France ;
- Moët Hennessy Inc., États-Unis.

Directeur Général de Christian Dior SA, France.

Représentant légal de Christian Dior, Président de Montaigne Développement SAS, France.

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

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

M. Jean Arnault a été Président de Ferret-Savinel jusqu'en 1976. Président puis Directeur Général de Groupe Arnault SAS depuis 1978, Directeur Général de Montaigne Participations et Gestion de 1976 à 2004, il a également été Président du Conseil de Surveillance de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton en 1988-1989.

Fonctions et mandats actuels :

Administrateur de :

- Belle Jardinière SA, France ;
- Christian Dior Couture SA, France ;
- Financière Agache SA, France ;
- Parfums Christian Dior SA, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

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

Fonctions et mandats antérieurs :

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

Président d'Heliantis SAS, France.

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

Administrateur de :

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

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

Mme 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

Mme Delphine Arnault a commencé sa carrière dans le cabinet international de conseil en stratégie Mc Kinsey où elle fut consultante pendant trois ans.

En 2000, elle participe au développement de la société John Galliano où elle acquiert une expérience concrète du métier de la mode. En 2001, elle rejoint le Comité de Direction de Christian Dior où elle est actuellement Directrice du marketing ; elle siège, en outre, au Conseil d'Administration de Loewe.

Fonctions et mandats actuels :

Administrateur de Loewe SA, Espagne.

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et Acquisitions

Né le 13 juillet 1957.

Français.

Date de première nomination : 12 mai 1999.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2007.

M. Nicolas Bazire a été Auditeur puis Conseiller référendaire à la Cour des Comptes. En 1993, il devient Directeur du Cabinet, Chargé de mission auprès du Premier Ministre Edouard Balladur. Associé-gérant de Rothschild & Cie Banque entre 1995 et 1999, il en est nommé Président du Conseil des Commanditaires à cette date. Il est Directeur Général de Groupe Arnault SAS depuis 1999.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil des Commanditaires de Rothschild et Cie Banque SCS, France.

Administrateur de :

- DI Group SA, France ;
- Europatweb SA, France ;
- Ipsos SA, France ;
- LVMH Fashion Group SA, France ;
- Tajan SA, France.

Président de :

- MPG Investissements SAS, France ;
- 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 ;
- Semyrhamis SAS, France ;
- Sifanor SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil de Surveillance de LVMH Fashion Group SA, France.

Président du Conseil d'Administration de FA Participations SA, France.

Vice-Président et Membre du Conseil de Surveillance de Tajan 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 ;
- Marignan Investissements, France ;
- Datek, États-Unis ;
- Island, États-Unis ;
- Omas Srl, Italie.

Président de :

- GA Investissements SAS, France.
- Invry SAS, France.

Représentant permanent de :

- Europatweb NV, Administrateur de Europatweb France SA, France ;
- Groupe Arnault SA, Administrateur de Europatweb SA, France.

Représentant de Montaigne Participations et Gestion SA, Membre du Comité de Surveillance de Paul Doumer Automobiles SAS, France.

Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion SA, Président de Gasa Développement SAS, France et de 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.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2007.

M. Antonio Belloni a rejoint le groupe LVMH en juin 2001, après une carrière de 22 ans au sein du groupe Procter & Gamble. Président de la division européenne de Procter & Gamble depuis 1999, il était auparavant Président Directeur Général pour les opérations italiennes de la firme. Il a commencé sa carrière chez Procter & Gamble en 1978 en Italie et a occupé diverses fonctions en Suisse, en Grèce, en Belgique et aux États-Unis.

Fonctions et mandats actuels :

Directeur Général de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc, États-Unis.

Administrateur de :

- Givenchy SA, France ;
- De Beers LV Limited, Grande-Bretagne ;
- De Beers LV Trademark Ltd, 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 ;
- Emilio Pucci Srl, Italie ;
- Emilio Pucci International BV, Pays-Bas ;
- Fendi SA, Luxembourg ;
- Fendi Adele Srl, Italie ;
- Fresh Inc, États-Unis ;
- Thomas Pink Holdings Ltd, Grande-Bretagne.

Fonctions et mandats antérieurs :

Administrateur de :

- Acqua di Parma, Italie ;
- Fendi Srl, Italie ;
- Fendi Immobili Industriali Srl, Italie ;
- Fendi Italia Srl, Italie.

M. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942.

Français.

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006.

M. Nicholas Clive Worms a été Associé Commandité puis Associé-Gérant de Maison Worms et Cie entre 1970 et 1996, Associé-gérant puis Président du Conseil de Surveillance de Worms & Cie entre 1991 et 2004. Il a également été Président Directeur Général puis Associé-Gérant de Pechelbronn entre 1976 et 1991. Il est actuellement Président de Maison Worms SAS.

Fonctions et mandats actuels :

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

Président de :

- Maison Worms SAS, France ;
- Worms 1848 SAS, France.

Administrateur de :

- Financière de Services Maritimes SA, France ;
- Unibail Holding SA, France ;
- Haussmann Holdings SA, Luxembourg.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de :

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

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

Associé Gérant de Maison Worms & Cie, France.

Administrateur de :

- Groupe Danone SA, France ;
- Ifabanque SA, France ;
- TF1 SA, France ;
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Grande-Bretagne ;
- Christie's International Plc, Grande-Bretagne.

Membre du Conseil de Surveillance de :

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

Représentant permanent de :

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

Président de Permal Group SCA, France.

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953.

Italien.

Date de première nomination : 15 mai 2002.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2007.

M. Diego Della Valle rejoint l'entreprise familiale en 1975. Il a joué un rôle essentiel dans la définition de la stratégie de l'entreprise et la création des marques qui en ont façonné l'image. Il a développé un plan marketing innovant, devenu un modèle mondialement reconnu dont beaucoup d'entreprises de l'industrie des produits de haute qualité se sont inspirées. Depuis octobre 2000, il est Président Administrateur Délégué du groupe Tod's SpA qui est aujourd'hui l'un des leaders du marché des accessoires de luxe.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué de Tod's SpA, Italie.

Président du Conseil d'Administration de Fondazione Della Valle Onlus, Italie.

Président d'honneur d'ACF Fiorentina SpA, Italie.

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 ;
- RCS Mediagroup SpA, Italie.

Administrateur unique de DDV partecipazioni SRL, Italie.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Italiatouch Srl, Italie.

Administrateur de :

- Acqua Di Parma, Italie ;
- Banca Commerciale Italiana, Italie ;
- Cassa di Risparmio di Fermo, Italie ;
- Gimar Srl, Italie ;
- Iri SpA, Italie ;
- Maserati SpA, Italie ;
- Tod's UK Ltd, Grande-Bretagne.

M. Jacques FRIEDMANN

Né le 15 octobre 1932.

Français.

Date de première nomination : 5 mars 2003.

Date de fin de mandat : Assemblée générale approuvant les comptes de l'exercice 2007.

Inspecteur général des finances, M. Jacques Friedmann a exercé diverses fonctions au sein de l'Administration et du Gouvernement français. Il a notamment été Conseiller pour les affaires économiques et financières et Directeur de cabinet du Premier Ministre Pierre Messmer de 1972 à 1974. Il a été Président du Conseil d'Administration d'Air France de 1987 à 1988, de l'UAP de 1993 à 1997 et Président du Conseil de Surveillance d'Axa-UAP puis d'Axa entre 1997 et 2000.

Fonctions et mandats actuels :

Administrateur de :

- LVMH Fashion Group 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 ;
- BNP Paribas SA, France ;
- Vivendi Universal, France.

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949.

Français.

Date de première nomination : 6 juin 1990.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2007.

Entré dans la société Jas Hennessy & Co en 1971 pour prendre en charge le Marketing et les Ventes, il a participé dès 1977 au lancement d'Hennessy sur les marchés japonais, puis chinois, coréen et vietnamien. Il est Vice-Président de Moët Hennessy depuis le 1^{er} septembre 2002.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration de :

- Jas Hennessy & Co Ltd, Irlande ;
- Moët Hennessy Danmark A/S, Danemark.

Administrateur de :

- France Champagne SA, France ;
- MHD Moët Hennessy Diageo, France ;
- Moët Hennessy International SA, France ;
- Moët Hennessy Investissements SA, France ;
- Millennium Import LLC, États-Unis ;
- Millennium Brands Limited, Irlande ;
- Innovacion en Marcas de Prestigio SA de CV, Mexique ;
- Moët Hennessy Belux SA, Belgique ;
- Moët Hennessy UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy de Mexico SA, Mexique ;
- Moët Hennessy Asia Pacific Pte, Singapour ;
- Moët Hennessy Shanghai, Chine ;
- Moët Hennessy USA Inc, États-Unis ;
- Schieffelin & Co Inc, États-Unis ;
- The Glenmorangie Company Ltd, Grande-Bretagne.

Membre du Conseil de Surveillance de Schieffelin & Somerset, États-Unis.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires de Champagne Moët & Chandon SCS, France.

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

Membre du Conseil des Commanditaires de :

- Jas Hennessy & Co SCS, France ;
- Veuve Clicquot Ponsardin SCS, France.

Membre du Comité Exécutif de MHD Moët Hennessy Diageo, France.

Membre du Comité Consultatif de Moët Hennessy Do Brasil, Brésil.

Fonctions et mandats antérieurs :

Directeur Général Délégué et Administrateur de Jas Hennessy & Co, France.

Administrateur de Moët Hennessy UDV France SAS, France.

Gérant de :

- EURL Richemont, France ;
- Moët Hennessy Deutschland GmbH, Allemagne.

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.

M. Patrick Houël a passé 7 ans au Crédit Lyonnais, avant de devenir Directeur Financier de Jas Hennessy & Co en 1978. En 1983, il devient Directeur Financier Adjoint du Groupe Moët Hennessy puis Directeur Financier de Moët Hennessy en 1985. En 1987 lorsque Moët Hennessy fusionne avec Louis Vuitton, il devient Directeur Financier du groupe LVMH. Il est actuellement Conseiller du Président.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration de :

- Objectif Second Marché SICAV, France ;
- LVMH Iberia SL, Espagne.

Administrateur de :

- Le Bon Marché Maison Aristide Boucicaut SA, France ;
- DI Group SA, France ;
- LBD Holding SA, France ;
- Le Jardin d'Acclimatation SA, France ;
- LVMH Fashion 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 ;
- LVMH Services Ltd, Grande-Bretagne ;
- Tag Heuer International SA, Luxembourg ;
- The Glenmorangie Company Ltd, Grande-Bretagne ;
- 1896 Corp, États-Unis ;
- 598 Madison Leasing Corp, États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- LC Omega Holding SAS, France ;
- 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 Louis Vuitton Malletier, SA, France, et de Parfums Christian Dior 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.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président et Directeur Général de :

- LVMH Finance SA, France ;
- Saint-Jacques Finance SA, France.

Président du Conseil d'Administration de :

- Creare, Luxembourg ;
- Delano SA, Suisse.

Vice-Président du Conseil de Surveillance de Parfums Givenchy SA, France.

Représentant permanent de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton, Administrateur de Kenzo SA, France ;
- Ufipress, Administrateur de DI Group SA, France ;
- Ufipar, Administrateur de D2I SA, France, de Fred Paris SA, France, de Cie Française du Champagne et du Luxe SA, France, de LVMH Fashion Group SA, France, et de Tribune Desfossés SA, France.

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

Administrateur de :

- Celine Montaigne SA, France ;
- E.Vintage.com SA, France ;
- Moët Hennessy SA, France ;
- Parfrance, SICAV, France ;
- Pechel Industries SA, France ;

- Ufipress SA, France ;
- Chamarac Properties Inc, États-Unis ;
- Omas Srl, Italie ;
- RG Monétaire International SICAV, France ;
- Schieffelin & Co Inc, États-Unis ;
- Sofidiv Inc, États-Unis.

Président de :

- Delphine SAS, France ;
- Sofidiv SAS, France ;
- Ufipar SAS, France.

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.

M. Félix G. Rohatyn a été Ambassadeur des États-Unis en France de 1997 à 2000. Il était auparavant Associé Gérant de Lazard Frères & Co LLC. Il a également été membre du Conseil des Gouverneurs du New-york Stock Exchange (Bourse de New-York) de 1968 à 1972.

Fonctions et mandats actuels :

Président de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc., États-Unis.

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.

Conseiller auprès du Council on Foreign Relations, États-Unis.

Fonctions et mandats antérieurs :

Administrateur de :

- Suez, France ;
- Comcast Corporation, États-Unis ;
- Fiat S.p.A., Italie.

Ambassadeur des États-Unis en France.

Associé Gérant de Lazard Frères L.L.C.

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.

M. Hubert Védrine a exercé diverses fonctions au sein de l'Administration et du Gouvernement français. Il a notamment été Conseiller technique pour les relations extérieures au secrétariat général de la présidence de la République de 1981 à 1986, Porte-parole de la présidence de la République de 1988 à 1991, Secrétaire général de la présidence de la République de 1991 à 1995 et Ministre des Affaires étrangères de 1997 à 2002. Début 2003, il a créé une société de Conseil en stratégie géopolitique, « Hubert Védrine Conseil ».

Fonctions et mandats actuels :

Associé-Gérant de Hubert Védrine (HV) Conseil SARL, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Ministre des Affaires Etrangères.

2.2 Candidats aux fonctions d'administrateurs**2.2.1 Mandats à renouveler****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.

M. Antoine Bernheim a été Associé-gérant de Lazard Frères & Cie de 1967 à 2000 et associé de Lazard LLC de 2000 à 2005. Il a été Président Directeur Général de La France SA de 1974 à 1997 et d'Euromarché de 1981 à 1991. Président de Generali Spa entre 1995 et 1999, il exerce à nouveau ces fonctions depuis 2002.

Fonctions et mandats actuels :

Président de Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Directeur Général de Société Française Générale Immobilière SA, France.

Vice-Président et Administrateur de :

- Bolloré Investissement SA, France ;
- LVMH Fashion Group SA, France ;
- LVMH Finance 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 ;
- Banca Intesa Spa, Italie ;
- BSI : Banca della Svizzera Italiana, Suisse ;
- Generali Holding Vienna AG, Autriche ;
- Graafschap Holland, Pays-Bas ;
- Mediobanca, Italie.

Membre du Conseil de Surveillance d'Eurazeo, France.

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

Fonctions et mandats antérieurs :

Associé de Lazard LLC, États-Unis.

Associé-Gérant de Partena, France.

Président-Directeur Général de La France Participations et Gestion, France.

Vice-Président et Administrateur de Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Vice-Président de Mediobanca, Italie.

Administrateur de :

- Aon France, France ;
- Azeo, France ;
- Eridania-Beghin-Say, France ;
- Generali France Assurances (IARD), France ;
- La Concorde, France ;
- Rue Impériale, France ;
- Société Immobilière Marseillaise, France ;

Membre du Conseil de Surveillance de Axa, France.

Représentant permanent de la Rue Impériale, Administrateur de Eurazeo, 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.

Après un début de carrière au sein de l'entreprise familiale qui commercialise des produits métallurgiques, M. Albert Frère s'oriente vers l'industrie et acquiert, avec ses associés, la maîtrise de l'ensemble des entreprises sidérurgiques du bassin de Charleroi. En 1981, il participe à la fondation de Pargesa Holding. L'année suivante, cette société entre dans le capital de Groupe Bruxelles Lambert, société dont il prend la Présidence en 1987 et l'exerce depuis cette date. Il est Président du Conseil d'Administration de Frère-Bourgeois SA depuis 1970.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration de :

- 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.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de :

- Electrafina, Belgique ;
- Fibelpar, Belgique ;
- Petrofina, Belgique.

Vice-Président du Conseil d'Administration de :

- Compagnie Belge de Participations Paribas « Cobepa », Belgique ;
- Brussels South Charleroi Airport « B.S.C.A. », Belgique ;
- La Royale Belge, Belgique ;
- Totalfina, Belgique.

Vice-Président de Parfinance, Belgique.

Administrateur de :

- Audiofina, Luxembourg ;
- Banca Commerciale Italiana, Italie ;
- CLT/UFA, Luxembourg ;
- Compagnie Luxembourgeoise Multi-Média, Luxembourg ;
- Compagnie Nationale à Portefeuille, Belgique ;
- Espirito Santo Financial Holding, Portugal ;
- Havas, France ;
- Pernod-Ricard, France ;
- Royale Vendôme, Belgique ;
- Soparinvest, France ;
- Télévision française 1, France ;
- Total, France.

Membre du :

- Conseil de Surveillance de Suez Lyonnaise des Eaux, France.
- Comité International de la Compagnie Financière de Paribas, France.
- 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.

M. Pierre GODÉ a été Avocat au barreau de Lille et Professeur à la faculté de droit de Lille puis à celle de Nice.

Il est Conseiller du Président du Groupe Arnault depuis 1986.

Fonctions et mandats actuels :

Président et Directeur Général de :

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

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Président de Financière Jean Goujon SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior SA, France ;
- Christian Dior Couture SA, France ;
- 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 ;
- Sofidiv UK Limited, Grande-Bretagne.

Gérant de PMG SARL, France.

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

Membre du Comité de Direction de Sofidiv SAS, France.

Membre du Comité de Surveillance de :

- Semyrhamis SAS, France ;
- Sifanor SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président et Directeur Général de Financière Truffaut, France.

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

Administrateur de :

- Belle Jardinière, France ;
- Le Bon Marché International, France ;
- Louis Vuitton Malletier, France ;
- Montaigne Participations et Gestion, France ;
- Sofidiv, France ;

- Christian Dior Inc, États-Unis ;
- Fendi SA, Luxembourg ;
- Louis Vuitton Japan KK, Japon ;
- LVMH Services Limited, Grande-Bretagne ;
- LVP Holding B.V., Pays-Bas ;
- Sanderson International, Luxembourg.

Représentant permanent de :

- Financière Agache, Administrateur de BM Développement, France, de Christian Dior, France, de Europatweb, France et de Parfums Christian Dior, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton, Administrateur de DI Group, France et Sofidiv, France ;
- Ufipar, Administrateur de Investir Télécom, France.

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

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

Membre du Conseil de Surveillance de Métropole 1850, France.

Président de Sèvres Investissements, France.

Représentant légal de :

- Aristide Boucicaut, Président de Sèvres Investissements, France ;
- Financière Agache, Président de Aristide Boucicaut, France et de Sifanor, France ;
- Financière Agache, Gérant de Lamourelle Paris, France et de Montaigne Services, France.

Membre du Comité de Surveillance de :

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

Gérant de :

- la Société Civile Immobilière du 30 de l'Avenue Hoche ;
- Redeg SARL, 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.

M. Arnaud Lagardère a été Président de Grolier Inc. de 1994 à 1998 et de Grolier Interactive Europe de 1994 à 2000. Il est

Président Directeur Général d'Hachette SA, Président d'EADS NV et d'EADS Participations BV et Associé Commandité Gérant de Lagardère SCA depuis 2003.

Fonctions et mandats actuels :

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 :

- European Aeronautic Defence and Space Company-EADS N.V., Pays-Bas ;
- EADS Participations B.V., Pays-Bas.

Membre du Conseil de Surveillance de :

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

Administrateur de :

- France Télécom SA, France ;
- Hachette Livre SA, France ;
- Hachette Distribution Services SA, France ;
- Hachette Filipacchi Médias SA, France.

Administrateur de Lagardère Ressources SAS, 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 de Hachette SA au Conseil de gérance de Sédi TV-Téva SNC, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président Directeur Général de Lagardère Thématiques SAS, France.

Vice-Président du Conseil de Surveillance d'Arjil & Compagnie SCA, France.

Président de :

- Lagardère Active Broadband Finances SAS, France ;

- Lagardère Images SAS, France.

Administrateur de :

- Canalsatellite, France ;
- Éditions P. Amaury SA, France ;
- Fimalac SA, France ;
- LCM Expression SA, France ;
- Multithématiques SA, France ;
- Société d'Agences et de Diffusion SA, France.

Membre du Conseil de Surveillance de T. Online International AG, Allemagne.

Représentant Permanent de Lagardère Capital & Management, Membre du Conseil de Surveillance de LCM Partenaires SA, France.

Administrateur de Lagardère-Sociétés SAS, France.

Gérant de :

- Lagardère Active Publicité SNC, France ;
- Lagardère Élevage SNC, France ;
- Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne NMPP SARL, France.

Co-Gérant de I.S.-9, 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.

Lord Powell a été Secrétaire Privé et Conseiller pour les Affaires Etrangères et la Défense des Premiers Ministres Margaret Thatcher et John Major de 1983 à 1991. Il a été Président de Sagitta Assets Management de 2001 à 2005. Il est depuis 2006 Président du Conseil d'Administration de Safinvest.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration de :

- Safinvest, 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.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Sagitta Asset Management, Grande-Bretagne.

Président du Comité Consultatif de Phillips, de Pury & Luxembourg, Grande-Bretagne.

Administrateur de :

- Montaigne Participations et Gestion, France ;
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Grande-Bretagne ;
- Dairy Farm International Holdings Ltd, Bermudes ;
- Hongkong Land Holdings Ltd, Bermudes ;
- J. Rothschild Name Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Jardine International Motor Holdings Ltd, Bermudes ;
- Jardine & Lloyd Thompson Group Plc, Bermudes ;
- Jardine Matheson Holdings Ltd, Bermudes ;
- Jardine Strategic Holdings Ltd, Bermudes ;
- National Westminster Bank Plc, Grande-Bretagne ;
- Nelfi, Luxembourg ;
- Said Holdings Ltd, Bermudes.

2.2.2 Nouvelle nomination

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977.

Français.

Diplômé d'HEC Montréal (Canada) et de l'INSEAD, Fontainebleau (France).

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

En 2002, il cède sa participation dans Domainoo.com et rejoint Louis Vuitton Malletier en qualité de responsable marketing, domaine dans lequel il a pris d'importantes initiatives, notamment à l'occasion de l'ouverture de la Maison des Champs Elysées.

En 2005, il suit les cours de l'INSEAD.

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

Fonctions et mandats actuels :

Directeur du réseau province de Louis Vuitton France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président de Domainoo.com.

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.

M. Kilian Hennessy a débuté sa carrière dans une banque parisienne. Il intègre ensuite la société Jas Hennessy & Co comme Gérant. Il prend la Présidence de la société en 1969 et restera à ces fonctions jusqu'en 1975. Il a également été Président Directeur Général de la société Moët Hennessy de 1972 à 1976.

Fonctions et mandats actuels :

Président d'honneur du Conseil des Commanditaires de Jas Hennessy & Co, SCS, France.

Administrateur de Parfums Christian Dior SA, France.

3. COMMISSAIRES AUX COMPTES

Commissaires aux comptes titulaires

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
<ul style="list-style-type: none"> ERNST & YOUNG Audit Tour Ernst & Young, Faubourg de l'Arche 92037 PARIS LA DEFENSE Représenté par Jeanne BOILLET et Gilles GALIPPE 	6 juin 1998	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009
<ul style="list-style-type: none"> DELOITTE & ASSOCIES 185 avenue Charles de Gaulle 92524 Neuilly sur Seine Cedex Représenté par Thierry BENOIT et Alain PONS 	13 mai 2004	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009

Commissaires aux comptes suppléants

<ul style="list-style-type: none"> M. Denis GRISON Le Vinci – 4 allée de l'Arche 92075 Paris La défense Cedex 	6 juin 1986	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009
<ul style="list-style-type: none"> M. Dominique THOUVENIN Tour Ernst & Young, Faubourg de l'Arche 92037 PARIS LA DEFENSE 	9 juin 1989	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009

Honoraires perçus en 2005

(en milliers d'euros)	ERNST & YOUNG Audit		DELOITTE & ASSOCIES	
	2005	2004	2005	2004
Audit :				
Commissariat aux comptes et autres missions de certification comptable	9 489	11 769	4 952	6 572
Prestations directement liées à la mission des Commissaires aux comptes	873	1 685	799	358
	10 362	13 454	5 751	6 930
Autres prestations :				
Juridique, fiscal, social	1 261	595	208	217
Autres	2	47	14	68
	1 263	642	222	285
TOTAL	11 625	14 096	5 973	7 215

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

	<i>Page</i>
1. ORGANISATION GÉNÉRALE	140
2. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	141
3. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	143
4. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	144
5. STATUTS	145

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

1. ORGANISATION GÉNÉRALE

Le Conseil d'Administration, instance stratégique de la société LVMH, a pour objectifs le développement durable de la valeur de l'entreprise, l'adoption des grandes orientations qui déterminent sa gestion, la vérification de la sincérité des informations qui la concernent et la protection de son patrimoine social.

Dans le cadre de sa mission, il soutient l'ambition majeure du management de LVMH qui demeure, comme elle l'a toujours été, d'assurer la croissance continue du Groupe et la valorisation régulière du patrimoine de ses actionnaires.

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

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

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

En application des dispositions de la Charte du Conseil d'Administration, les Administrateurs doivent porter à la connaissance du Président du Conseil d'Administration toute situation de conflit d'intérêt, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la société et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs. Ils doivent également l'informer de toute condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés. Aucune information n'a été communiquée au titre de cette obligation.

La Société se conforme aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur en France en matière de gouvernement d'entreprise.

Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de 18 membres dont 6 sont indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

Les Administrateurs doivent détenir personnellement un minimum de 500 actions.

Au cours de l'année 2005, le Conseil d'Administration s'est réuni 4 fois. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 82 % en moyenne. Le Conseil a arrêté les comptes annuels et semestriels et s'est prononcé notamment sur les grandes orientations stratégiques du Groupe, le budget, la mise en place d'un plan d'options de souscription d'actions et l'attribution d'actions gratuites, l'autorisation de cautions au profit de tiers ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 080 000 euros à titre de jetons de présence. Ces jetons sont répartis entre les Administrateurs et les Censeurs selon une clé de répartition définie par le Conseil d'Administration et qui prend en compte les fonctions exercées au sein du Conseil et des Comités.

Direction Générale

Le Président du Conseil d'Administration assure également les fonctions de Directeur Général. Aucune limitation n'a été apportée aux pouvoirs du Directeur Général.

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

Comité d'Audit de la Performance

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

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

Le Comité d'audit de la Performance s'est réuni 5 fois au cours de l'exercice 2005. Toutes les réunions à l'exception de l'une d'entre elles ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, d'un 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, du Directeur du Financement et du Directeur de la Trésorerie.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, les travaux du Comité ont porté principalement sur la mise en œuvre des normes

IFRS, l'application de la Loi de Sécurité Financière, la politique de couverture de change, l'analyse des marques et écarts d'acquisition et les résultats des tests de valorisation afférents ainsi que sur 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 3 membres dont 2 sont indépendants. Ses membres et son Président sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Comité s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2005 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.

Collège des Censeurs

L'Assemblée Générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'Administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

Les Censeurs sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence et forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

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

Politique de rémunération

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

2. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est l'instance stratégique de la société LVMH. Compétence et responsabilité de ses membres, clarté et loyauté des décisions, efficacité et sécurité des contrôles, sont les principes déontologiques qui le gouvernent.

Le Conseil d'Administration de LVMH a pour objectifs prioritaires le développement de la valeur de l'entreprise, l'adoption des grandes orientations qui en déterminent la gestion, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations qui la concernent, la protection de son patrimoine social.

Le Conseil d'Administration de LVMH garantit le respect de ses droits à chacun des actionnaires qui en composent le capital et s'assure que ceux-ci remplissent la totalité de leurs devoirs.

Chacun de ces éléments contribue à la transparence légitimement exigée d'une entreprise par la loi, à la confiance souhaitée par le public et à la performance demandée par le marché.

C'est ainsi, parce qu'il garantit un développement durable et global au rassemblement unique d'activités et de marques, associant tradition et innovation, qui en font la réputation, le dynamisme et la solidité, que son Conseil d'Administration peut aussi bien s'engager sur l'examen du présent que veiller à la préparation de l'avenir de LVMH.

2.1 Composition du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé d'un nombre maximum de dix-huit membres dont quatre, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la société.

Le nombre d'Administrateurs, ou de représentants permanents de personnes morales, venant de sociétés extérieures dans lesquelles le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué détient un mandat, est limité à quatre.

2.2 Missions du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration a pour missions de :

- veiller au respect de l'intérêt social de la société et d'en protéger le patrimoine ;
- choisir le mode d'organisation de la direction de la société ;
- désigner le Président du Conseil d'Administration, le Directeur Général et les Directeurs Généraux délégués de la société ;
- contrôler la gestion de l'entreprise ;
- arrêter les comptes annuels et semestriels de l'entreprise ;
- vérifier la qualité de l'information fournie aux actionnaires sur l'entreprise ;
- diffuser les valeurs collectives qui animent l'entreprise et ses salariés, qui en régissent les relations avec les consommateurs, ainsi que les rapports avec les partenaires et les fournisseurs de la société, en adoptant une charte éthique ;
- promouvoir la cohérence du développement économique de l'entreprise avec une politique sociale et une démarche citoyenne fondées notamment sur le respect de la personne humaine et la préservation de l'environnement dans lequel elle agit.

2.3 Fonctionnement du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration tient au minimum quatre réunions dans l'année.

Toute personne physique qui accepte les fonctions d'Administrateur ou de représentant permanent d'une personne morale Administrateur de la société, prend l'engagement d'assister régulièrement aux réunions du Conseil d'Administration et aux Assemblées Générales.

Sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations, l'absentéisme répété et non justifié d'un Administrateur pourra entraîner la remise en cause de son mandat par le Conseil d'Administration.

Afin de leur permettre d'exercer pleinement le mandat qui leur a été conféré, le Président du Conseil d'Administration, les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué, ainsi que les autres Administrateurs se doivent de communiquer au Conseil d'Administration toute information significative nécessaire à l'exercice de ce mandat.

Les décisions prises par le Conseil d'Administration sont adoptées à la majorité simple et ont un caractère collégial.

S'ils le jugent nécessaire, les Administrateurs indépendants peuvent tenir réunion en dehors des autres membres du Conseil d'Administration.

Sur des sujets spécifiques ou d'importance, le Conseil d'Administration peut désigner plusieurs Administrateurs en son sein qui se réunissent en Comité(s).

Chaque membre du Conseil d'Administration agit dans l'intérêt et pour le compte de l'ensemble des actionnaires.

2.4 Responsabilité

Les membres du Conseil d'Administration ont le devoir de connaître les obligations générales ou particulières qui leur incombent du fait de leur charge, de même que les textes réglementaires ou légaux qui l'encadrent.

Les membres du Conseil d'Administration sont tenus de garder secrète jusqu'à ce qu'elle soit rendue publique par la société toute information concernant la société ou le groupe dont ils pourraient avoir connaissance dans l'exercice de leurs fonctions.

Les membres du Conseil d'Administration s'engagent à n'effectuer, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour celui de tiers, aucune opération sur les titres de la société au vu d'informations qui leur auraient été communiquées dans le cadre de l'exercice de leurs fonctions et qui ne seraient pas connues du public.

Les Administrateurs s'engagent à :

- prévenir le Président du Conseil d'Administration de toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la société et leurs intérêts privés et/ou autres devoirs ;
- s'abstenir de participer au vote sur toute délibération les concernant directement ou indirectement ;
- informer le Président du Conseil d'Administration de toute opération ou convention conclue avec une société du groupe LVMH à laquelle ils seraient partie prenante ;
- informer le Président du Conseil d'Administration de toute condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés.

Le Président du Conseil d'Administration fait part de ces éléments au Comité d'Audit de la Performance.

2.5 Rémunération

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

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'Administration et, le cas échéant, des censeurs sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations.

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

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour les missions spécifiques qui 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.

2.6 Champ d'application

La présente charte s'applique à l'ensemble des membres du Conseil d'Administration, ainsi qu'aux censeurs. Elle devra être communiquée à tout candidat aux fonctions d'Administrateur de même qu'à tout représentant permanent d'une personne morale avant son entrée en fonction.

3. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

3.1 Composition du Comité

Le Comité d'Audit de la Performance (ci-après « le Comité ») est composé de trois Administrateurs au moins, dont la majorité d'entre eux sont des Administrateurs indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ne peut être membre du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité, si le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier Administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

3.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour missions de :

- s'assurer de la pertinence et de la permanence des principes comptables suivis par la société, ainsi que de la transparence de leur mise en œuvre ;
- contrôler l'existence, l'adéquation et l'application des procédures internes dans ce domaine ;
- examiner les comptes sociaux et consolidés, dont les engagements hors bilan, avant leur soumission au Conseil d'Administration ;
- analyser les variations de périmètre, d'endettement, de couverture de taux ou de couverture de change du Groupe ;

- étudier les conclusions et recommandations des auditeurs externes ;
- avoir à connaître des conventions majeures conclues par une société du Groupe et de celles qui associent une ou des sociétés du Groupe à une ou des sociétés tiers dont un Administrateur de la société LVMH est également le dirigeant ou le principal actionnaire ;
- évaluer les situations de conflits d'intérêts pouvant affecter un Administrateur et proposer les mesures propres à les prévenir ou à y remédier ;
- veiller à la qualité de l'information délivrée aux actionnaires.

Le Comité peut également être consulté par le Président du Conseil d'Administration ou par les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué pour leur donner un avis sur la nomination ou le renouvellement des commissaires aux comptes et des réviseurs externes.

Le Comité fournit un avis sur les honoraires des commissaires aux comptes.

Le Comité peut adresser des recommandations au management sur les priorités et les orientations générales de l'audit interne.

3.3 Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un Administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité se réunit au minimum deux fois par an, hors la présence du Président du Conseil d'Administration et des Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué, 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.

3.4 Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

Le Comité peut demander communication de tout document comptable, juridique ou financier qu'il juge utile à l'accomplissement de sa mission.

À sa demande, et hors la présence du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général(aux) délégué(s) de LVMH, le Comité peut entendre les directeurs de la société, notamment ceux responsables de l'établissement des comptes et du contrôle interne, ainsi que les Commissaires aux comptes.

3.5 Rémunération des membres du Comité

Les membres et le président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

4. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

4.1 Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations (ci-après « le Comité ») est composé d'au moins trois Administrateurs et/ou censeurs. La majorité de ses membres sont indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'Administration, les Administrateurs exerçant une fonction de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ou rémunérés par une filiale de LVMH ne peuvent être membres du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité, si le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH, est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier Administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

4.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour mission, sur consultation du Président du Conseil d'Administration, d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures aux postes d'Administrateur et de censeur de la société en veillant à ce que figurent au sein de son Conseil d'Administration des personnalités extérieures et indépendantes de celle-ci.

Le Comité est sollicité par le Président du Conseil d'Administration ou par les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué pour leur donner un avis sur les candidatures aux fonctions de membre du comité exécutif du Groupe et de direction générale de ses principales filiales.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la société, ainsi que sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) directeur(s) général (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.

4.3 Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un Administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité délibère, soit sur l'initiative du Président du Conseil d'Administration ou de l'Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général, soit de deux des membres de ce comité, chaque fois que nécessaire.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

4.4 Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

4.5 Rémunération des membres du Comité

Les membres et le président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

5. STATUTS

Article 1 - Forme

La société, formée le 19 avril 1962 par transformation d'une Société à Responsabilité Limitée en Société Anonyme, est régie par les dispositions du Code de commerce ainsi que par les présents statuts.

Article 2 - Objet

1. Toute prise d'intérêt par voie de participation directe ou indirecte, apport(s), fusion, scission ou alliance dans toute société ou groupement existant ou à constituer ayant pour activité toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, mobilières, immobilières ou financières et, notamment :

- le commerce des vins de champagne et autres, des cognacs et autres alcools et, plus généralement, des produits dépendant du secteur alimentaire ;
- le commerce de tous produits pharmaceutiques, de parfumerie et de cosmétique et, plus généralement, de produits se rattachant à l'hygiène, à l'esthétique et aux soins ;
- la fabrication, la vente et la promotion d'articles de voyage, bagages, sacs, maroquinerie, articles d'habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ;

- l'exploitation de domaines viticoles, horticoles et arboricoles ainsi que le développement de tout procédé biotechnologique s'y rapportant ;
- l'exploitation de tous domaines fonciers ;
- l'exploitation de toute marque, griffe, modèle, dessin et, plus généralement, de tout droit de propriété industrielle, littéraire ou artistique.

2. Plus généralement, entreprendre directement toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, viticoles, foncières, mobilières, immobilières, financières, de gestion ou de service dans l'un quelconque des domaines d'activité visés au paragraphe 1 ci-dessus.

Article 3 - Dénomination

La société a pour dénomination :

LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON

Les actes et documents émanant de la société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société Anonyme » ou des initiales « SA » et de l'énonciation du montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la société au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 4 - Siège social

Le siège social est à Paris - 75008, 22 avenue Montaigne.

Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'Administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée Générale Ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Article 5 - Durée

La société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, expirera le 31 décembre 2021, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

Article 6 - Capital

1. Le capital social est fixé à la somme de cent quarante six millions neuf cent quatre vingt un mille deux cent vingt trois (146 981 223) euros divisé en quatre cent quatre vingt neuf millions neuf cent trente sept mille quatre cent dix (489 937 410) actions de EUR 0,30 nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par les actionnaires de la société Jas Hennessy & Co de 772 877 actions de ladite société, évaluées à FRF 407 306 179.

2 989 110 actions de FRF 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à FRF 1 670 164 511, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion.

1 343 150 actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à FRF 1 700 000 000.

2. Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfiques ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

3. Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

4. Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 - Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévue 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 - Conseil d'Administration

1. Sous réserve des dérogations prévues par la Loi, la Société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'Administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de trois mois.

3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers, arrondi, le cas échéant, au chiffre immédiatement supérieur, des membres du Conseil d'Administration. Lorsque cette limite est dépassée, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été dépassée.

4. La durée des fonctions des Administrateurs est de trois années. Le mandat d'un Administrateur prend fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat dudit Administrateur.

Toutefois, en vue d'assurer un renouvellement des mandats aussi égal que possible et, en tout cas, complet pour chaque période de trois ans, le Conseil aura la faculté de déterminer, en séance, un ordre de sortie par tirage au sort chaque année, d'un tiers des membres. Une fois le roulement établi, les renouvellements s'effectuent par ancienneté de nomination.

Les Administrateurs sont toujours rééligibles ; ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'Assemblée Générale des actionnaires.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges d'Administrateurs, le Conseil d'Administration peut, entre deux Assemblées Générales, procéder à des nominations à titre provisoire.

Les nominations effectuées par le Conseil en vertu de l'alinéa ci-dessus sont soumises à la ratification de la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire. À défaut de ratification, les délibérations prises et les actes accomplis antérieurement par le Conseil n'en demeurent pas moins valables.

Lorsque le nombre des Administrateurs est devenu inférieur au minimum légal, les Administrateurs restants doivent convoquer immédiatement l'Assemblée Générale Ordinaire, en vue de compléter l'effectif du Conseil.

L'Administrateur nommé en remplacement d'un autre Administrateur dont le mandat n'est pas expiré ne demeure en fonction que pendant la durée du mandat restant à courir de son prédécesseur.

5. Un salarié de la société ne peut être nommé Administrateur que si son contrat de travail est antérieur à sa nomination et correspond à un emploi effectif. Il ne perd pas, dans ce cas, le bénéfice de son contrat de travail. Le nombre des Administrateurs qui sont liés à la société par un contrat de travail ne peut excéder le tiers des Administrateurs en fonction.

Article 12 - Organisation et fonctionnement du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration élit parmi ses membres un Président qui doit être une personne physique. Il détermine la durée de ses fonctions, qui ne peut excéder celle de son mandat d'Administrateur et peut le révoquer à tout moment.

Le Conseil d'Administration détermine la rémunération du Président.

Le Président du Conseil d'Administration ne peut être âgé de plus de soixante-quinze ans. Si le Président atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Président, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. Sous réserve de cette disposition, le Président du Conseil est toujours rééligible.

Le Conseil peut élire parmi ses membres un ou plusieurs vice-présidents, en fixant la durée de leurs fonctions qui ne peut excéder celle de leur mandat d'Administrateur.

Le Conseil constitue un bureau composé du Président du Conseil d'Administration, le cas échéant du ou des vice-présidents, et d'un Secrétaire.

Le Secrétaire peut être choisi en dehors des Administrateurs et des actionnaires. Le Conseil fixe la durée de ses fonctions. Le Secrétaire est toujours rééligible.

Article 13 - Réunion du Conseil d'Administration

1. Le Conseil d'Administration se réunit, sur la convocation de son Président, aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige.

Les convocations sont faites au moyen d'une lettre adressée à chacun des Administrateurs, huit jours avant la réunion, et mentionnant l'ordre du jour de celle-ci, lequel ordre du jour est arrêté par l'auteur de la convocation.

Toutefois, le Conseil peut se réunir sans délai sur convocation verbale et sans ordre du jour préétabli :

- si tous les Administrateurs en exercice sont présents ou représentés à cette réunion ; ou
- s'il est réuni par le Président au cours d'une Assemblée d'actionnaires.

Les Administrateurs constituant au moins un tiers des membres du Conseil d'Administration peuvent, en indiquant l'ordre du jour de la séance, convoquer le Conseil si celui-ci ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois.

Le Conseil se réunit au siège social de la société ou en tout autre endroit en France ou hors de France.

2. Tout Administrateur peut donner, même par lettre, télégramme, télex ou télécopie, pouvoir à l'un de ses collègues de le représenter à une séance du Conseil, mais chaque Administrateur ne peut représenter qu'un seul de ses collègues.

La présence effective de la moitié au moins des membres du Conseil est nécessaire pour la validité des délibérations.

Sont réputés présents, pour le calcul du quorum et de la majorité, les Administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les conditions définies par le règlement intérieur du Conseil d'Administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à l'arrêté des comptes annuels et des comptes consolidés ainsi qu'à l'établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du Groupe.

Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés, chaque Administrateur disposant d'une voix pour lui-même et d'une voix pour l'Administrateur qu'il représente. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

3. Il est tenu un registre de présence qui est signé par les Administrateurs participant à la séance du Conseil d'Administration.

4. Les copies ou extraits des délibérations du Conseil d'Administration sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, 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 14 - Pouvoirs du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'Administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns. Chaque Administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Article 15 - Pouvoirs du Président du Conseil d'Administration

1. Le Président du Conseil d'Administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée Générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure, en particulier, que les Administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

2. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'Administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 16 - Direction Générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale

La Direction Générale de la société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'Administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'Administration et portant le titre de Directeur Général, selon la décision du Conseil d'Administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction Générale de la société est assumée par le Président du Conseil d'Administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur Général lui sont applicables.

2. Directeur Général

Le Directeur Général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur Général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur Général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Le Directeur Général est révocable à tout moment par le Conseil d'Administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume les fonctions de Président du Conseil d'Administration.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'Administration.

Il représente la société dans les rapports avec les tiers. La société est

engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'Administration limitant les pouvoirs du Directeur Général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs Généraux délégués

Sur proposition du Directeur Général, le Conseil d'Administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur Général avec le titre de Directeur Général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs Généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs Généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'Administration, sur proposition du Directeur Général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur Général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs Généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur Général.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'Administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs Généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur Général délégué est fixée à soixante cinq ans. Si le Directeur Général délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Article 17 - Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'Administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur Général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur Général et les Directeurs Généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 18 - Conventions soumises à autorisation

1. Les cautions, avals et garanties, donnés par la société doivent être autorisés par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

2. Toute convention intervenant entre la société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur Général ou l'un de ses Directeurs Généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur Général ou l'un des Directeurs Généraux délégués de la société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur Général ou membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise.

Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la Société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales. Cependant, ces conventions, sauf lorsqu'en raison de leur objet ou de leurs implications financières, elles ne sont significatives pour aucune des parties, sont communiquées par l'intéressé au Président du Conseil d'Administration. La liste et l'objet desdites conventions sont communiqués par le Président aux membres du Conseil d'Administration et aux Commissaires aux Comptes.

Article 19 - Conventions interdites

Il est interdit aux Administrateurs autres que les personnes morales, de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la société, de se faire consentir par elle un découvert en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au Directeur Général, aux Directeurs Généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales Administrateurs. Elle s'applique également aux conjoints, ascendants, et descendants des personnes visées au présent article, ainsi qu'à toute personne interposée.

Article 20 - Rémunération des Administrateurs

1. L'Assemblée Générale Ordinaire peut allouer aux Administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme fixe annuelle, à titre de jetons de présence, dont le montant est porté dans les charges d'exploitation de la société.

Le Conseil d'Administration répartit ces rémunérations entre ses membres comme il l'entend.

2. Le Conseil d'Administration peut autoriser le remboursement des frais de voyage et de déplacement et des dépenses engagés par les Administrateurs dans l'intérêt de la société.

3. Le Conseil d'Administration peut allouer une rémunération à l'Administrateur auquel ont été conférés des pouvoirs, une mission ou un mandat spécial, dans les conditions prévues à l'article 18 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 19 des présents statuts.

4. Indépendamment des sommes prévues sous les trois paragraphes précédents, ainsi que des salaires des Administrateurs régulièrement liés à la société par un contrat de travail, et des allocations fixes ou proportionnelles rémunérant les fonctions du Président du Conseil d'Administration ou de l'Administrateur provisoirement délégué dans ces fonctions, du Directeur Général et le cas échéant des Directeurs Généraux délégués, aucune autre rémunération permanente ou non ne peut être allouée aux Administrateurs.

Article 21 - Collège de Censeurs

L'Assemblée Générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'Administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges de Censeurs et sous réserve de ratification par la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire, le Conseil d'Administration peut procéder à des nominations à titre provisoire.

Les Censeurs, qui sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence, forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

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

Le Conseil d'Administration peut rémunérer les Censeurs par prélèvement sur le montant des jetons de présence alloué par l'Assemblée Générale à ses membres.

Article 22 - Commissaires aux Comptes

Le contrôle de la société est exercé, dans les conditions fixées par la loi, par un ou plusieurs Commissaires aux Comptes remplissant les conditions légales d'éligibilité. Lorsque les conditions légales sont réunies, la société doit désigner au moins deux Commissaires aux Comptes.

Chaque Commissaire aux Comptes est nommé par l'Assemblée Générale Ordinaire.

L'Assemblée Générale Ordinaire nomme un ou plusieurs Commissaires aux Comptes suppléants, appelés à remplacer les titulaires en cas de refus, d'empêchement, de démission ou de décès.

Article 23 - Assemblées Générales

1. Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, six jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné, 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. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, n'interrompt pas le délai de trois ans fixé ou conserve le droit acquis, tout transfert par suite de succession, de liquidation de

communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent successible.

Le vote a lieu, et les suffrages sont exprimés, à main levée, ou par assis et levés, ou par appel nominal, selon ce qu'en décide le bureau de l'Assemblée.

Toutefois, le scrutin secret peut être décidé :

- soit par le Conseil d'Administration ;
- soit par des actionnaires représentant au moins le quart du capital social et à la condition que le Conseil d'Administration ou l'auteur de la convocation en ait reçu la demande écrite deux jours francs au moins avant la réunion.

3. L'Assemblée Générale Ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice.

L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur première convocation ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur deuxième convocation délibère valablement quel que soit le nombre d'actionnaires présents ou représentés.

Les délibérations de l'Assemblée Générale Ordinaire sont prises à la majorité des voix des actionnaires présents ou représentés.

4. L'Assemblée Générale Extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

En ce qui concerne l'Assemblée Générale Extraordinaire, le quorum est du quart des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Générale Extraordinaire sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

5. Les copies ou extraits des procès-verbaux de l'Assemblée sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, par le Directeur Général ou par le Secrétaire de l'Assemblée.

Les Assemblées Générales Ordinaires et Extraordinaires exercent leurs pouvoirs respectifs dans les conditions prévues par la loi.

6. Dans les Assemblées Générales Extraordinaires à forme constitutive, c'est-à-dire celles appelées à délibérer sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, l'apporteur ou le bénéficiaire n'a voix délibérative ni pour lui-même ni comme mandataire.

7. S'il existe plusieurs catégories d'actions, aucune modification ne peut être faite aux droits des actions d'une de ces catégories sans vote conforme d'une Assemblée Générale Extraordinaire ouverte à tous les actionnaires et, en outre, sans vote également conforme d'une Assemblée Spéciale ouverte aux seuls propriétaires des actions de la catégorie intéressée.

En ce qui concerne l'Assemblée Spéciale, le quorum est du tiers des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Spéciale sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

Article 24 - Information sur la détention du capital social

Toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, elle cesse lorsque la part de capital détenue est égale ou supérieure à 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

Article 25 - Identification des détenteurs de titres

La société est en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge dont le montant maximum est fixé par arrêté du Ministre chargé de l'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 26 - Exercice social

Chaque exercice social a une durée d'une année qui commence le premier janvier et s'achève le trente et un décembre de chaque année.

Article 27 - Comptes annuels

Le Conseil d'Administration tient une comptabilité régulière des opérations sociales et dresse des comptes annuels conformément aux lois et usages du commerce.

Article 28 - Affectation des résultats et répartition des bénéfices

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit «réserve légale». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Lorsqu'un bilan établi au cours ou à la fin de l'exercice et certifié

conforme par le Commissaire aux Comptes fait apparaître que la société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite s'il y a lieu des pertes antérieures, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi ou des présents statuts, et prise en compte s'il y a lieu du report bénéficiaire antérieur, a réalisé un bénéfice, le Conseil d'Administration peut décider de distribuer des acomptes sur dividende avant l'approbation des comptes de l'exercice, ainsi que d'en fixer le montant et la date de répartition. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice défini au présent alinéa.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée Générale Ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Article 29 - Mise en paiement des dividendes

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales ;
- la société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

Article 30 - Dissolution anticipée

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut, à toute époque, prononcer la dissolution anticipée de la société.

Article 31 - Perte de la moitié du capital social

Si, du fait des pertes constatées dans les documents comptables, les capitaux propres de la société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, le Conseil d'Administration doit, dans les quatre

mois de l'approbation des comptes ayant fait apparaître cette perte, convoquer l'Assemblée Générale Extraordinaire à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée de la société.

Si la dissolution n'est pas prononcée, le capital doit, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue, et sous réserve des dispositions légales relatives au capital minimum des sociétés anonymes, être réduit d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pu être imputées sur les réserves, si dans ce délai les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

À défaut de réunion de l'Assemblée Générale, comme dans le cas où cette Assemblée n'a pu délibérer valablement, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la société.

Article 32 - Effets de la dissolution

La société est en liquidation dès l'instant de sa dissolution pour quelque cause que ce soit. Sa personnalité morale subsiste pour les besoins de cette liquidation jusqu'à la clôture de celle-ci.

Pendant toute la durée de la liquidation, l'Assemblée Générale conserve les mêmes pouvoirs qu'au cours de l'existence de la société.

Les actions demeurent négociables jusqu'à la clôture de la liquidation.

La dissolution de la société ne produit ses effets à l'égard des tiers qu'à compter de la date à laquelle elle est publiée au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 33 - Nomination des liquidateurs - pouvoirs

À l'expiration de la durée de la société ou en cas de dissolution anticipée, l'Assemblée Générale règle le mode de liquidation et nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi. La nomination des liquidateurs met fin aux fonctions des Administrateurs et, s'il en existe, des Censeurs.

Article 34 - Liquidation - clôture

Après extinction du passif, le solde de l'actif est d'abord employé au paiement aux actionnaires du montant du capital versé sur leurs actions et non amorti.

Le surplus, s'il y a lieu, est réparti entre toutes les actions.

Les actionnaires sont convoqués en fin de liquidation pour statuer sur le compte définitif, sur le quitus de la gestion des liquidateurs et la décharge de leur mandat, et pour constater la clôture de la liquidation.

La clôture de la liquidation est publiée conformément à la loi.

Article 35 - Contestations

Tous litiges entre la société et l'un quelconque des actionnaires auxquels pourraient donner lieu les présents statuts ou qui en seraient la suite ou la conséquence seront de la compétence exclusive du Tribunal de Commerce de Paris.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE

	<i>Page</i>
1.	RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ 156
	1.1 RÔLE DE LA SOCIÉTÉ DANS LE GROUPE 156
	1.2 DÉNOMINATION SOCIALE – SIÈGE SOCIAL 156
	1.3 FORME JURIDIQUE 156
	1.4 LÉGISLATION DE LA SOCIÉTÉ 156
	1.5 DATE DE CONSTITUTION – DURÉE 156
	1.6 OBJET SOCIAL (ARTICLE 2 DES STATUTS) 156
	1.7 REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS 156
	1.8 LIEU DE CONSULTATION DES DOCUMENTS RELATIFS À LA SOCIÉTÉ 157
	1.9 EXERCICE SOCIAL 157
	1.10 RÉPARTITION STATUTAIRE DES BÉNÉFICES (ARTICLE 28 DES STATUTS) 157
	1.11 ASSEMBLÉES GÉNÉRALES (ARTICLE 23 DES STATUTS) 157
	1.12 FRANCHISSEMENTS DE SEUIL (ARTICLE 24 DES STATUTS) 158
2.	RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL 158
	2.1 RÈGLES STATUTAIRES RELATIVES AUX MODIFICATIONS DU CAPITAL SOCIAL 158
	2.2 CAPITAL SOCIAL – CATÉGORIES D' ACTIONS 158
	2.3 CAPITAL AUTORISÉ 158
	2.4 AUTORISATION DE RACHETER DES ACTIONS DE LA SOCIÉTÉ 159
	2.5 IDENTIFICATION DES PORTEURS DE TITRES 160
	2.6 TITRES NON REPRÉSENTATIFS DU CAPITAL 160
	2.7 TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL 160
	2.8 ÉVOLUTION DU CAPITAL DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES 160
3.	RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE 160
	3.1 ACTIONNARIAT DE LA SOCIÉTÉ 160
	3.2 MODIFICATIONS INTERVENUES DANS LA RÉPARTITION DU CAPITAL AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES 161
	3.3 NANTISSEMENTS D' ACTIONS DÉTENUES AU NOMINATIF PUR PAR LES PRINCIPAUX ACTIONNAIRES 161
	3.4 PERSONNES MORALES OU PHYSIQUES POUVANT EXERCER UN CONTRÔLE SUR LA SOCIÉTÉ 161
4.	MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH 162

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE

1. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

1.1 Rôle de la Société dans le Groupe

La Société LVMH assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales, et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance au management, en particulier en matière juridique, financière, fiscale ou dans le domaine des assurances.

La Société centralise les ressources de trésorerie et les besoins de financement de ses filiales françaises ainsi que de certaines filiales européennes.

Pour ces mêmes filiales, LVMH centralise également les couvertures de change, qu'elle répercute de façon symétrique sur le marché.

L'ensemble de ces prestations est rémunéré par des facturations aux filiales concernées, sur la base du prix de revient réel ou aux conditions normales de marché, selon la nature de la prestation.

Pour l'exercice 2005, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 85 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 113 et 60 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 775670417 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 28 des statuts)

Les produits nets de chaque exercice, déduction faite des frais généraux et autres charges de la Société y compris tous amortissements et provisions, constituent les bénéfices nets ou pertes de l'exercice.

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou de les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée Générale Ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales ;
- la Société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

1.11 Assemblées Générales (Article 23 des statuts)

• Mode de convocation

Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur. Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

• Conditions d'admission

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné, 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. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative au nom du même actionnaire. L'Assemblée générale Extraordinaire du 6 juin 1986 a porté à trois ans (deux antérieurement) la durée minimum de cette inscription ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, 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 24 des statuts)

Indépendamment des obligations légales, les statuts disposent que toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002 a supprimé cette obligation lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la Société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'Actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

2.1 Règles statutaires relatives aux modifications du capital social

Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfiques ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

Le capital peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfiques ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

2.2 Capital social – Catégories d'actions

Les actions émises par la Société relèvent d'une seule catégorie.

Au 1^{er} mars 2006, 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 à cette même date, 219 615 672 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.3 Capital autorisé

Au 31 décembre 2005, le capital autorisé de la Société s'élevait à 599 963 657 actions de EUR 0,30 de valeur nominale.

• Autorisations d'augmenter le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a autorisé le Conseil d'Administration à :

- augmenter le capital social y compris par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital social ou donnant droit à un titre de créance, ces émissions pouvant être réalisées avec ou sans droit préférentiel de souscription.

Cette autorisation, consentie pour une durée de vingt-six mois, n'a pas été utilisée à ce jour ;

- augmenter le capital social au profit des salariés du Groupe adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise, dans la limite de 3 % du capital social.

Cette autorisation n'a pas été utilisée. Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 de la renouveler pour une durée de vingt-six mois ;

- augmenter le capital au profit de certaines catégories de personnes ; cette délégation permet au Conseil d'Administration d'augmenter le capital au profit d'établissements de crédit ou de sociétés régies par le Code des Assurances ou son équivalent à l'étranger.

Cette autorisation n'a pas été utilisée. Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 11 mai 2006 de la renouveler pour une durée de dix-huit mois ;

- augmenter le capital social en rémunération soit de titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange soit, dans la limite de 10 % du capital, d'apports en nature constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital.

Cette autorisation, consentie pour une durée de vingt-six mois, n'a pas été utilisée à ce jour ;

- 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 permet au Conseil d'Administration de procéder à une ou plusieurs attributions gratuites dans la limite globale de 1 % du capital social, soit 4 899 374 actions au 31 décembre 2005. À cette date, il restait 4 801 557 actions attribuables.

Le montant nominal maximum des augmentations de capital visées ci-dessus ne pourra dépasser un montant global de 30 millions d'euros.

• Autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions

L'Assemblée Générale Mixte du 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 2005. À cette date, il restait 10 026 247 options attribuables.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 11 mai 2006 de renouveler cette autorisation pour une durée de trente-huit mois.

• Autorisation de réduire le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 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 11 mai 2006 de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois.

2.4 Autorisation de racheter des actions de la Société

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a autorisé le Conseil d'Administration à acquérir des actions de la Société en vue de leur conservation, de leur cession, de leur remise ultérieure à titre d'échange ou de dation en paiement, d'annulation des actions, d'animation du marché dans le cadre d'un contrat de liquidité conclu avec un prestataire de service d'investissement, d'attribution d'options d'achat d'actions, ou encore de la réalisation 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° 05-280 en date du 21 avril 2005.

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 2005, 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 2005 sont classées de la façon suivante dans les comptes sociaux de LVMH SA :

- 3 711 466 actions en titres immobilisés, pour un montant de 204 millions d'euros ; ces titres sont affectés à la couverture des plans d'options de souscription ;
- 15 582 481 actions en valeurs mobilières de placement, pour un montant de 711 millions d'euros, dont :
 - 63 000 actions au titre du contrat de liquidité, pour un montant de 4,7 millions d'euros,
 - 14 927 777 actions affectées aux plans d'options d'achat, représentant un montant de 672 millions d'euros,
 - 97 817 actions affectées au plan d'attribution d'actions gratuites pour un montant de 5,8 millions d'euros,
 - 493 887 actions affectées à la couverture de plans de rémunération fonction du cours de l'action LVMH, pour un montant de 28,1 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 11 mai 2006 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 2006, soit 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d'achat ne pourra excéder 130 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, la couverture de plans d'options, 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'était en vigueur au 31 décembre 2005.

2.8 Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)

Années	Nature des opérations	Variation du capital			Capital après opération	
		Nombre d'actions	Nominal	Primes	Montant	Nombre cumulé d'actions
Au 31 décembre 2002		-	-	-	146 981	489 937 410
2003		-	-	-	146 981	489 937 410
2004		-	-	-	146 981	489 937 410
2005		-	-	-	146 981	489 937 410
Au 31 décembre 2005		-	-	-	146 981	489 937 410

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1 Actionnariat de la société

Au 1^{er} mars 2006, le capital était constitué de 489 937 410 actions ; compte tenu des titres auto-détenus, 471 180 653 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 219 615 672 d'un droit de vote double :

- 238 491 973 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 7 960 407 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 243 485 030 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	63,83
Autres actionnaires	257 118 220	249 861 420	52,48	36,17
Total au 1^{er} mars 2006	489 937 410	690 796 325	100,00	100,00

(1) Détention directe et indirecte. Contrôlée par la famille de Monsieur Bernard Arnault, la société Groupe Arnault SAS est la holding qui contrôle « in fine » LVMH.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2005, la Société compte environ 178 000 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 76 % et 24 % du capital (cf. rapport annuel 2005 « Structure du capital »).

À la connaissance de la Société :

- un actionnaire détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2005 ;
- 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 2005, 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 2006, la Société détenait 18 756 757 de ses propres actions. 18 687 757 actions étaient affectées à la couverture de

plans d'options d'achat sur actions, de plans d'attribution gratuite d'actions ou d'autres formes d'allocations ou rémunérations liées au cours de l'action en faveur des salariés ou mandataires sociaux et le solde, soit 69 000 actions, au contrat de liquidité. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2005, 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, 16 244 actions de la Société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2005, la Société Générale a informé la Société de différents franchissements, à la hausse et à la baisse, de seuils statutaires compris entre 1 % et 4 % du capital. À l'issue de ces mouvements, la Société Générale et certaines de ses filiales détenaient 1,46 % du capital et 1,04 % des droits de vote.

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 2005 et au 7 avril 2006.

3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2005			Au 31 décembre 2004			Au 31 décembre 2003		
	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	63,87	232 819 190	47,52	63,94	233 004 690	47,56	63,24
dont :									
- Financière Jean Goujon	207 821 325	42,42	60,21	207 821 325	42,42	60,27	207 821 325	42,42	59,52
- Financière Agache et affiliés	24 997 865	5,10	3,66	24 997 865	5,10	3,67	25 183 365	5,14	3,72
Auto-détention	19 293 947	3,94	-	20 442 787	4,17	-	19 578 292	4,00	-
Public au nominatif	6 285 930	1,28	1,40	5 027 363	1,03	1,29	6 333 419	1,29	1,79
Public au porteur	231 538 343	47,26	34,73	231 648 070	47,28	34,77	231 021 009	47,15	34,97
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.

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. La levée de ce nantissement est conditionnée par le remboursement des sommes qu'il garantit. Sa durée est indéterminée.

Au 31 décembre 2005 ce nantissement portait sur 6 320 000 actions, soit 1,25 % du capital.

3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la société

Au 1^{er} mars 2006, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société représentant 42,42 % du capital et 60,17 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 1^{er} mars 2006, Financière Jean Goujon était détenue à 100 % par Christian Dior, mère de Christian Dior Couture.

Christian Dior, société cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris, était à cette même date contrôlée directement et indirectement, à hauteur de 69,13% de son capital, par la société Financière Agache, cette dernière étant elle-même contrôlée, à travers la société Montaigne Finance, filiale à 100 % de Groupe Arnault SAS, par la famille Arnault.

En ce qui concerne les différents holdings de contrôle du groupe LVMH :

- en décembre 2002, la société Financière Agache a apporté sa participation de contrôle dans Christian Dior SA à sa filiale à 100 % Semyrhamis ;
- en décembre 2004, la société Montaigne Participations et Gestion a été absorbée par la société Groupe Arnault SAS.

4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH

4.1 Marché de l'action LVMH

Les actions de la société sont cotées sur 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.

À fin décembre 2005, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 36,8 milliards d'euros, ce qui plaçait LVMH au dixième rang du CAC 40.

355 557 082 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2005 pour un montant total de 22,4 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 383 491 titres.

Depuis le 23 septembre 2005, 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'Autorité des Marchés Financiers par décision du 22 mars 2005, et publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires du 1^{er} avril 2005. Ce contrat succède au contrat de liquidité conclu le 27 décembre 2002.

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)
2004	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	53,1	55,95	57,75	52,95	30 060 073	1,67
	MARS	55,95	57,70	58,30	55,70	26 532 325	1,52
	AVRIL	57,60	54,50	58,75	53,70	31 890 469	1,80
	MAI	55,00	58,00	58,55	54,60	27 254 221	1,60
	JUIN	58,20	63,90	64,80	58,05	34 111 598	2,10
	JUILLET	63,90	68,55	69,85	60,80	29 952 918	2,00
	AOÛT	68,70	65,50	69,10	64,10	23 894 433	1,60
	SEPTEMBRE	65,80	68,60	69,25	65,00	22 477 108	1,50
	OCTOBRE	69,00	67,55	69,50	63,50	26 677 223	1,80
	NOVEMBRE	67,35	72,80	73,75	65,85	36 253 289	2,60
	DECEMBRE	73,10	75,05	76,85	72,90	33 922 993	2,50
2006	JANVIER	75,60	74,25	77,95	72,55	34 126 325	2,60
	FEVRIER	74,25	76,25	78,15	73,70	26 740 919	2,00

* Cours en séance.

4.2 Programme de rachat d'actions

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par l'Assemblée Générale du 12 mai 2005 et visé par l'AMF en date du 21 avril 2005 sous le numéro 05-280, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Entre le 1^{er} janvier et

4.3 Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA non échues au 31 décembre 2005, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse :

4.3.1 Obligations cotées à Paris et à Luxembourg

Devise	Nominal émis	Emission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	750 000 000	2003	2010	5,0 %
EUR	500 000 000	2001	2008	6,125 %
EUR	800 000 000	1999	2006	5,0 %

4.3.2 Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Nominal émis	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	600 000 000	2005	2012	3,375 %
EUR	600 000 000	2004	2011	4,625 %
CZK	770 000 000	2004	2009	variable
EUR	100 000 000	2004	2007	variable
EUR	100 000 000	2004	2007	variable
HKD	200 000 000	2003	2006	variable
JPY	1 000 000 000	2003	2006	0,475 %
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 %

4.3.3 Obligations cotées à Singapour

Devise	Encours	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 1,15 euro par action au titre de l'exercice 2005, ce qui correspond à une hausse de 21,1 % par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2004.

La distribution totale de LVMH s'élèvera ainsi à 563 millions d'euros au titre de l'exercice 2005, compte non tenu des actions auto-détenues. La distribution au titre de l'exercice 2004 avait représenté un montant de 465 millions d'euros.

le 31 décembre 2005, les achats par LVMH SA, nets des cessions, ont représenté 115 000 de ses propres actions, soit 0,02 % de son capital.

Dividende mis en distribution :

Exercice	(en millions d'euros)
2003	416
2004	465
2005	563

Historique des dividendes versés (par action) :

Exercice	Dividende net (EUR)
2005 (*)	1,15
2004	0,95
2003	0,85
2002	0,80
2001	0,75

(*) Proposition soumise à l'Assemblée Générale du 11 mai 2006.

La société a une politique constante de distribution, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'État.

4.5 Évolution du capital social

Le nombre d'actions est resté inchangé au cours de l'exercice et s'élève à 489 937 410 actions.

4.6 Performance par action

(en euros)	2003	2004	2005
Résultat net part du Groupe après dilution	N/D (*)	2,53	3,04
Dividende net	0,85	0,95	1,15
Progression/année précédente (en %)	6,3	11,8	21,1
Cours le plus haut	61,55	63,45	76,85
Cours le plus bas	33,97	49,90	52,95
Cours au 31 décembre	57,70	56,35	75,05
Progression/année précédente (en %)	47	(2)	33

(*) Données non disponibles en normes IFRS

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	166
1.1 COMMENTAIRES SUR LE BILAN	166
1.2 OPÉRATIONS DE LA SOCIÉTÉ SUR SES PROPRES ACTIONS	167
1.3 RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ ET PERSPECTIVES D'AVENIR	167
2. AFFECTATION DU RÉSULTAT	168
3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS	169
3.1 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	169
3.2 ACTIONS DÉTENUES PAR LES ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	169
3.3 ACTIONNARIAT DES SALARIÉS	169
3.4 PLANS D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS MIS EN PLACE PAR LA SOCIÉTÉ LVMH	169
3.5 ATTRIBUTION D'ACTIONS GRATUITES AUX SALARIÉS DE LA SOCIÉTÉ	171
3.6 MOUVEMENTS AU COURS DE L'EXERCICE	172
3.7 PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR LES FILIALES	172
3.8 OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES	172
4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER	173
4.1 AUTORISATION D'INTERVENIR EN BOURSE	173
4.2 AUTORISATION DE RÉDUIRE LE CAPITAL SOCIAL	173
4.3 AUTORISATION D'AUGMENTER LE CAPITAL LE CAPITAL	173
4.4 AUTORISATION DE CONSENTIR DES OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS	173
4.5 ACTIONNARIAT SALARIÉ	174
5. AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL	174
6. QUESTIONS ADMINISTRATIVES	174
6.1 COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	174
6.2 LISTE DES MANDATS ET FONCTIONS DES ADMINISTRATEURS	174
6.3 MODIFICATION DES STATUTS	174
6.4 RÉMUNÉRATIONS, AVANTAGES EN NATURE ET ENGAGEMENTS EN FAVEUR DES MANDATAIRES SOCIAUX	175
7. PRISE EN COMPTE DES CONSÉQUENCES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE L'ACTIVITÉ	175

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société LVMH arrêtés au 31 décembre 2005 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 ; aucun mouvement 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 en-cours ; en particulier, le montant des « créances rattachées à des participations » ou des « emprunts et dettes divers » varient en fonction des besoins de financement des filiales ou excédents de trésorerie dégagés par celles-ci.

LVMH centralise également les couvertures de change de ses filiales françaises, et de certaines filiales européennes, qu'elle répercute de façon symétrique sur le marché ; cette centralisation a des effets sur le montant des pertes et gains de change figurant en compte de résultat, effets qui cependant se compensent.

En 2005, les excédents de trésorerie, après toutes opérations de gestion, d'investissements et après versements des dividendes ont permis d'amortir des emprunts et dettes financières d'origine long terme pour 0,7 milliard d'euros, dont 587 millions d'euros au titre d'un emprunt obligataire d'un montant nominal de 600 millions d'euros émis en 2000 et 32 millions d'euros au titre d'un emprunt obligataire d'un montant nominal de 198 millions d'euros émis en 1998 (1 300 millions de francs). En outre, l'encours des billets de trésorerie a pu être réduit de 0,2 milliard d'euros.

Dans le même temps, LVMH a procédé à une émission obligataire publique à 7 ans d'un montant nominal de 600 millions d'euros au coupon fixe de 3,375 % payable annuellement ; remboursable au pair, cet emprunt a été émis à 99,828 % du nominal.

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 de crédit internationale, et dans un souci de diversification.

1.1.4 Capital social

Le capital social est resté inchangé à 146,9 millions d'euros.

1.2 Opérations de la Société sur ses propres actions

Au cours de l'exercice, les opérations de la société sur ses propres actions ont été les suivantes :

(en milliers d'euros)	Valeurs mobilières de placement				Titres immobilisés	
	Plans d'options		Autres		Nombre	Valeur
	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur		
Au 1^{er} janvier	17 148 615	765 770	3 294 172	185 569	-	-
Achats	-	-	5 187 382	320 875	-	-
Cessions	-	-	(5 071 882)	(319 083)	-	-
Transferts	(956 498)	(55 674)	(2 754 968)	(148 729)	3 711 466	204 402
Levées d'options	(1 264 340)	(37 849)	-	-	-	-
Au 31 décembre	14 927 777	672 247	654 704	38 632	3 711 466	204 402

Les achats d'actions, hors ceux affectés dès l'origine aux plans d'options d'achat, ont été effectués dans le cadre du programme de rachat d'actions propres décrit dans la note d'information ayant reçu le visa n° 05-280 de l'Autorité des Marchés Financiers le 21 avril 2005, et autorisé par l'Assemblée Générale des Actionnaires le 12 mai 2005.

Les cours moyens d'achat et de cession de titres, dans le cadre des opérations de vrégularisation de cours, ont été de 62 euros.

Au 31 décembre 2005, la totalité des actions LVMH auto détenues représente 3,94 % du capital social.

Les opérations ci-dessus ont représenté un montant de frais de 555 mille euros.

1.3 Résultats de la Société 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 dividende exceptionnel perçu en 2004.

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 132 millions d'euros.

Le résultat exceptionnel reflète principalement la reprise de provisions pour dépréciation de certaines participations, en raison notamment de l'évolution des parités de change concernées.

Enfin, lors de l'établissement de la déclaration fiscale de la société, aucune dépense n'a été considérée comme devant être réintégrée dans le résultat imposable ou non déductible, au sens des articles 39-4, 39-5, 54 quater et 223 quinquies du Code Général des Impôts.

2. AFFECTATION DU RÉSULTAT

La proposition d'affectation du montant distribuable de l'exercice est la suivante :

	Euros
Détermination du montant distribuable :	
- résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2005	1 447 528 910,53
- dotation à la réserve légale	-
- report à nouveau	1 493 583 745,61
Montant total distribuable	2 941 112 656,14
Proposition d'affectation :	
- réserve des plus-values à long terme	Néant
- dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 349 061,15
- dividende complémentaire de 1,135 euro par action	556 078 960,35
- report à nouveau	2 377 684 634,64
	2 941 112 656,14

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 1,15 euro par action.

Un acompte sur dividende de 0,25 euro par action a été distribué le 2 décembre 2005 ; le solde, de 0,90 euro, sera mis en paiement le 18 mai 2006.

Conformément à l'article 158 du Code Général des Impôts, pour

les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France, ce dividende ouvre droit à la réfaction de 40 %.

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 titre des trois derniers exercices :

Exercice	Nombre d'actions composant le capital	Date de mise en paiement	Dividende net ⁽¹⁾ en euro
2005			
Acompte	489 937 410	2 décembre 2005	0,25
Solde	"	18 mai 2006	0,90
Total			1,15
2004			
Acompte	489 937 410	2 décembre 2004	0,25
Solde	"	18 mai 2005	0,70
Total			0,95
2003			
Acompte	489 937 410	4 décembre 2003	0,22
Solde	"	19 mai 2004	0,63
Total			0,85

(1) Hors avoirs fiscaux ou crédits d'impôt prévus par la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

En outre, nous vous proposons d'autoriser votre Conseil d'Administration à opérer le virement de tout ou partie du solde de la réserve spéciale des plus-values à long terme à un compte de

réserve ordinaire dans les conditions prévues à l'article 39 de la loi de finances rectificative pour 2004.

3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS

3.1 Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2005, le groupe Arnault détenait directement ou indirectement 47,52 % du capital, identique au 31 décembre 2004 et 63,87 % des droits de vote, contre 63,94 % au 31 décembre 2004.

3.2 Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2005, 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 2005, 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 16 244 actions de la société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

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 2005 ⁽²⁾	Nombre d'options non exercées ⁽²⁾	
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			au 31.12.2005	au 31.01.2006
22.03.1995 ⁽³⁾	395	256 903	96 000	57 500	20,89	392 588	-	-

(1) et (2) Voir tableau suivant.

(3) Plan expiré le 21 mars 2005.

- 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 2005 ⁽²⁾	Nombre d'options non exercées ⁽²⁾	
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			au 31.12.2005	au 31.01.2006
30.05.1996	297	233 199	105 000	46 500	34,15	91 985	537 500	528 505
29.05.1997	319	233 040	97 500	46 000	37,50	160 415	626 390	613 420
29.01.1998	346	269 130	97 500	65 500	25,92	266 500	576 360	557 420
16.03.1998	4	15 800	-	15 800	31,25	-	70 400	66 000
20.01.1999	364	320 059	97 000	99 000	32,10	246 830	1 305 045	1 281 000
16.09.1999	9	44 000	5 000	39 000	54,65	-	210 000	210 000
19.01.2000	552	376 110	122 500	81 000	80,10	-	1 796 650	1 796 650

(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⁾.

• 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 2005	Nombre d'options non exercées	
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			au 31.12.2005	au 31.01.2006
23.01.2001	786	2 649 075	987 500	445 000	65,12	7 400	2 477 675	2 452 975
06.03.2001	1	40 000	-	40 000	63,53	-	40 000	40 000
14.05.2001	44 669	1 105 877 ⁽¹⁾	-	-	66,00	25	513 919	512 944
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 ⁽²⁾	96 897	3 042 353	2 782 203
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 ⁽³⁾	1 700	3 120 425	3 084 175

(1) 25 options ont été attribuées à chaque bénéficiaire.

(2) Le prix d'exercice est de EUR 45,70 pour les résidents italiens et de EUR 43,86 pour les résidents américains.

(3) Le prix d'exercice pour les résidents italiens est de EUR 38,73.

3.4.2 Plans d'options de souscription

Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 15 mai 2003 :

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées			Prix d'exercice (euros)	Nombre d'options levées en 2005	Nombre d'options non exercées	
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			au 31.12.2005	au 31.01.2006
21.01.2004	906	2 747 475	972 500	457 500	55,70 ⁽¹⁾	-	2 715 225	2 715 225
12.05.2005	495	1 924 400	862 500	342 375	52,82 ⁽¹⁾	-	1 921 950	1 921 950

(1) Le prix d'exercice pour les résidents italiens des plans ouverts les 21 janvier 2004 et 12 mai 2005 est respectivement de EUR 58,90 et EUR 55,83.

3.4.3 Options attribuées et levées par les mandataires sociaux et les dix premiers salariés du Groupe

• Options attribuées durant l'exercice aux mandataires sociaux de la société :

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (euros)	Date d'échéance du plan
Bernard Arnault	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton	12.05.2005	450 000	52,82	11.05.2015
Delphine Arnault	"	12.05.2005	10 000	52,82	11.05.2015
Nicolas Bazire	"	12.05.2005	150 000	52,82	11.05.2015
Antonio Belloni	"	12.05.2005	150 000	52,82	11.05.2015
Pierre Godé	"	12.05.2005	40 000	52,82	11.05.2015
Gilles Hennessy	"	12.05.2005	20 000	52,82	11.05.2015
Patrick Houël	"	12.05.2005	42 500	52,82	11.05.2015

- 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	22.03.1995	330 000	20,89
"	29.01.1998	112 820	25,92
Gilles Hennessy	22.03.1995	6 875	20,89
Patrick Houël	29.05.1997	17 500	37,50
"	29.01.1998	12 000	25,92
"	20.01.1999	5 000	32,10

- 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	12.05.2005	342 375	52,82

- Options levées durant l'exercice par les dix salariés du Groupe non mandataires sociaux, ayant exercé le plus grand nombre d'options :

Société ayant attribué les options	Date des plans	Nombre total d'options	Prix d'exercice (euros)
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	30.05.1996	58 750	34,15
"	29.05.1997	80 975	37,50
"	29.01.1998	106 250	25,92
"	20.01.1999	172 400	32,10
"	22.01.2002	8 000	43,30
"	22.01.2002	9 500	43,86

3.5 Attribution d'actions gratuites aux salariés de la Société

Les bénéficiaires des actions gratuites sont sélectionnés en fonction de leur niveau de responsabilité et de leur performance individuelle.

Les actions sont attribuées définitivement après un délai de deux ans et sont librement cessibles après un délai de quatre ans à compter de la date d'attribution initiale.

Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 12 mai 2005 :

Date d'attribution des actions	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'actions attribuées		
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés
12.05.2005	333	97 817	-	23 325

3.6 Mouvements au cours de l'exercice

• Plans d'options d'achat

Nombre d'options	2005	2004	2003
Options non exercées au 1^{er} janvier	17 148 615	19 433 292	16 702 409
Options attribuées	-	-	3 213 725
Options levées	(1 264 340)	(2 178 252)	(477 347)
Options caduques	(956 498)	(106 425)	(5 495)
Options non exercées au 31 décembre	14 927 777	17 148 615	19 433 292

• Plans d'options de souscription

Nombre d'options	2005	2004
Options non exercées au 1^{er} janvier	2 747 475	-
Options attribuées	1 924 400	2 747 475
Options levées	-	-
Options caduques	(34 700)	-
Options non exercées au 31 décembre	4 637 175	2 747 475

• Attribution d'actions gratuites

Nombre d'actions	2005
Actions attribuées	97 817
Attributions caduques	-
Actions attribuées au 31 décembre	97 817

3.7 Plans d'options mis en place par les filiales

Néant.

3.8 Opérations réalisées sur les titres LVMH durant l'exercice par les dirigeants et les personnes qui leur sont liées au sens de l'article R 621-43-1 du Code Monétaire et Financier

Personne concernée	Nature des opérations	Nombre d'actions	Prix moyen (en euro)
Bernard Arnault	Achat ⁽¹⁾	442 820	22,17
Nicolas Bazire	Achat/Vente d'options	140 000	71,56
Antonio Belloni	Vente	5 000	74,95
Gilles Hennessy	Achat ⁽¹⁾	6 875	20,89
Patrick Houël	Achat ⁽¹⁾	34 500	32,69
	Vente	22 500	69,46
Société liée à la famille de B. Arnault	Vente	600 000	55,68

(1) levée d'options d'achat ou de souscription d'actions

4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

4.1 Autorisation d'intervenir en Bourse

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 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 datation en paiement, leur annulation, l'animation du marché dans le cadre d'un contrat de liquidité conclu avec un prestataire de service d'investissement, la couverture de plans d'options 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 130 euros.

4.2 Autorisation de réduire le capital social

Conformément aux dispositions de l'article L.225-209 du Code de commerce, l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a autorisé le Conseil d'Administration, s'il considère que cela est dans l'intérêt de l'ensemble des actionnaires, à réduire le capital de la Société par annulation des actions qui auront été acquises dans le cadre des programmes de rachat d'actions.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois.

4.3 Autorisation d'augmenter le capital le capital

Conformément aux dispositions de l'article L.225-138 du Code de commerce, l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a délégué au Conseil d'Administration 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 % et le montant nominal maximum de cette augmentation de capital ne pourra dépasser un montant global de 30 millions d'euros.

Votre autorisation comporte la renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions émises.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois.

4.4 Autorisation de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions

L'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003 a autorisé l'attribution, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de dirigeants ou membres du personnel du Groupe d'options de souscription ou d'achat d'actions de la société. Conformément à la loi, il vous a été rendu compte, chaque année, de l'utilisation qui été faite de cette autorisation.

Nous vous demandons de renouveler cette autorisation.

Valable pour une période de trente-huit mois, votre autorisation permettra au Conseil d'Administration de consentir de nouvelles options de souscription ou d'achat d'actions, le montant total des options nouvelles ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus de 3 % du capital de la société.

En cas d'attribution d'options de souscription, votre autorisation comporte la renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions émises au fur et à mesure des levées d'options.

Le prix de souscription ou d'achat devra se situer dans les limites autorisées par les textes en vigueur au moment de l'attribution des options et ne pourra pas, en tout état de cause, être inférieur à 80 % de la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour de l'ouverture.

En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, le prix d'achat ne pourra être inférieur à 80 % du cours moyen d'achat des actions à remettre par la société lors de l'exercice desdites options.

Le délai d'exercice des options devra être en conformité avec les textes en vigueur le jour de l'attribution des options et sera au maximum de dix ans.

Le Conseil d'Administration aura le pouvoir de déterminer, dans les limites fixées par la loi et l'Assemblée, les modalités du ou des plans d'options.

Lors des prochaines Assemblées Générales Ordinaires, le Conseil d'Administration vous tiendra informés du nombre, du prix et des bénéficiaires des options consenties ainsi que du nombre des actions souscrites ou achetées.

Cette autorisation se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2003.

4.5 Actionnariat salarié

En complément des autorisations d'augmenter le capital au profit de plusieurs catégories de personnes et de consentir des options de souscription d'actions, nous vous demandons, conformément aux dispositions de l'article L. 225-129-6 du Code de commerce, de donner à votre Conseil d'Administration, en cas d'utilisation de l'une de ces autorisations, la faculté de réserver une augmentation de capital social en numéraire aux salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées dans le cadre d'un plan d'épargne d'entreprise. Cette autorisation serait donnée pour une durée de vingt-six mois.

Nous vous rappelons que cette autorisation comporterait, au profit des salariés, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seraient émises.

5. AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL

Ces informations figurent dans la partie « Renseignements de caractère général concernant le capital » du document de référence, au paragraphe 2.3.

6. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

6.1 Composition du Conseil d'Administration

Il vous est proposé de :

- renouveler les mandats d'Administrateur de Messieurs Antoine Bernheim, Albert Frère, Pierre Godé, Arnaud Lagardère et de Lord Powell of Bayswater qui arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée ;
- nommer Monsieur Antoine Arnault en qualité d'Administrateur.

6.2 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.

6.3 Modification des statuts

Nous vous proposons de modifier les statuts de la société, notamment pour les mettre en harmonie avec les dispositions législatives nouvelles. Les aménagements apportés concernent :

- l'utilisation de moyens de télécommunication pour la tenue des réunions du Conseil d'Administration et la nature des décisions pouvant être prises en cas d'utilisation de ces moyens ;
- le quorum requis en Assemblée Générale Ordinaire, en Assemblée Générale Extraordinaire et en Assemblée Spéciale ;
- la limite d'âge applicable au Président du Conseil d'Administration, au Directeur Général et aux Directeurs Généraux Délégués ;
- les dispositions relatives aux actions à dividende prioritaire, aux conventions réglementées et à l'action en répétition des dividendes perçus.

6.4 Rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des mandataires sociaux⁽¹⁾

(en euros)						
Noms	Rémunération fixe ⁽²⁾		Rémunération variable ⁽²⁾		Jetons de présence	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Membres du Conseil d'Administration						
Bernard Arnault ⁽⁴⁾	860 754	861 475	1 035 605	986 290	117 949	113 502
Delphine Arnault ⁽⁴⁾	-	41 424	-	-	65 333	55 000
Jean Arnault	-	-	-	-	49 709	49 397
Nicolas Bazire ^{(3) (4)}	609 034	609 034	887 661	813 689	55 000	54 531
Antonio Belloni ^{(3) (4)}	1 437 854	1 370 384	951 740	889 347	72 000	72 000
Antoine Bernheim	-	-	-	-	249 528	167 028
Nicholas Clive-Worms	-	-	-	-	67 500	67 500
Diego Della Valle	-	-	-	-	45 000	45 000
Albert Frère	-	-	-	-	67 500	67 500
Jacques Friedmann	-	-	-	-	55 000	54 531
Pierre Godé ⁽⁴⁾	79 220	951 300	1 479 435	1 553 407	131 036	92 788
Gilles Hennessy ^{(3) (4)}	194 299	182 791	107 703	86 715	67 500	67 500
Patrick Houël ^{(3) (4)}	286 828	170 774	167 462	99 680	74 641	47 739
Arnaud Lagardère	-	-	-	-	45 000	45 000
Lord Powell of Bayswater	147 800	148 976	-	-	45 000	45 000
Félix G. Rohatyn	118 830	119 022	-	-	45 000	45 000
Hubert Védrine	-	-	-	-	45 000	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 ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'Administration au cours de l'exercice figure au paragraphe 3.4.3.

Certains membres du Comité Exécutif peuvent bénéficier, au titre de leurs fonctions et sous certaines conditions, en particulier l'absence de faute dans l'exercice de leurs fonctions, d'une indemnité contractuelle de départ, à laquelle s'ajoute éventuellement le maintien partiel ou total des droits d'exercice des stock-options perçus antérieurement ; le bénéfice de cette indemnité est maintenu lorsque les membres du Comité Exécutif sont également mandataires sociaux.

Lors de leur départ à la retraite, les mandataires sociaux qui sont membres du Comité Exécutif peuvent recevoir au titre de leur contrat de travail un complément de retraite à condition qu'ils justifient d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité Exécutif et qu'ils fassent valoir simultanément leurs droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux. Ce complément correspond à une fraction du salaire du bénéficiaire et fait l'objet d'un plafond calculé par référence à celui de la sécurité sociale. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2005 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la note 30.3 de l'annexe aux comptes consolidés.

7. 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.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS

	<i>Page</i>
1. RAPPORT SPÉCIAL SUR LE PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS AUTORISÉ LE 12 MAI 2005	178
2. DESCRIPTIF DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME DE RACHAT SOUMIS À L' AUTORISATION DE L' ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11 MAI 2006 DANS LE CADRE DE LA DOUZIÈME RÉSOLUTION	178
3. TABLEAU DE DÉCLARATION SYNTHÉTIQUE DES OPÉRATIONS RÉALISÉES PAR L' ÉMETTEUR SUR SES PROPRES TITRES DU 13 MAI 2005 AU 31 MARS 2006	179

PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS

1. RAPPORT SPÉCIAL SUR LE PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS AUTORISÉ LE 12 MAI 2005

En application des dispositions de l'article L.225-209 du Code de Commerce, le présent rapport a pour objet d'informer l'Assemblée Générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées par la société dans le cadre du programme de rachat d'actions ayant été autorisé par l'Assemblée Générale tenue le 12 mai 2005 et fait l'objet de la note d'information visée par l'Autorité des Marchés Financiers le 21 avril 2005 sous le numéro n°05-280.

- Entre le 13 mai 2005 et le 31 mars 2006, la société a acquis 4 514 233 actions LVMH au cours moyen de 70,50 euros et a cédé 4 560 733 actions LVMH au cours moyen de 69,86 euros.

Ces opérations d'achat et vente ont été effectuées essentiellement dans le cadre du contrat de liquidité conclu par la société avec les sociétés Oddo & Cie Entreprise d'Investissement et Oddo Corporate Finance le 23 septembre 2005, et avant cette date dans le cadre du contrat de liquidité signé avec la société CLSE-France le 27 décembre 2002 et modifié par avenants en date des 24 avril 2003, 22 juin 2004 et 16 août 2004.

Le tableau ci-dessous récapitule, par finalité, les opérations effectuées pendant la période du 13 mai 2005 au 31 mars 2006 :

	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la société	Echange ou datation en paiement	Annulation	Total
Solde au 13 mai 2005	285 000	19 960 414	-	-	-	20 245 414
Achat	4 423 233	91 000				4 514 233
Prix moyen (en euros)	70,30	80,06				70,50
Cessions	4 560 733					4 560 733
Prix moyen (en euros)	69,86					69,86
Exercices de plans d'options		1 579 220				1 579 220
Prix moyen (en euros)		37,63				37,63
Réallocations à d'autres finalités	-	-				-
Solde au 31 mars 2006	147 500	18 472 194	-	-	-	18 619 694

* Les informations sont données en date de valeur.

- Pendant cette période, la société a procédé à l'achat d'options d'achat portant sur 405 500 actions LVMH, soit 0,1 % de son capital. Aucune option n'a été exercée à son échéance et, au 31 mars 2006, des options d'achat portant sur 405 500 actions étaient détenues par la société, avec pour finalité la couverture de plans d'options sur actions.
- La société n'a procédé à aucune annulation d'actions au cours des vingt-quatre mois précédant le 31 mars 2006.

2. DESCRIPTIF DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME DE RACHAT SOUMIS À L'AUTORISATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11 MAI 2006 DANS LE CADRE DE LA DOUZIÈME RÉOLUTION

- Titres concernés : actions émises par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA
- Part maximale du capital susceptible d'être acheté par la société : 10%
- Nombre maximal d'actions propres pouvant être acquises par la société : 48 993 741
- Prix d'achat unitaire maximum : 130 euros

- Objectifs :
 - l'achat et la vente des titres dans le cadre du contrat de liquidité mis en place par la société ;
 - l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions gratuites d'actions ou de toutes autres formes d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, en faveur de salariés ou mandataires sociaux de LVMH ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues à l'article L.225-180 du Code de Commerce ;
 - l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la société notamment par conversion, présentation d'un bon, remboursement ou échange ;
 - la conservation et la remise des titres achetés à titre d'échange ou de dation en paiement ;
 - l'annulation des titres achetés.
- Durée du programme : 18 mois à compter de l'Assemblée Générale du 11 mai 2006

3. TABLEAU DE DÉCLARATION SYNTHÉTIQUE DES OPÉRATIONS RÉALISÉES PAR L'ÉMETTEUR SUR SES PROPRES TITRES DU 13 MAI 2005 AU 31 MARS 2006

Le tableau ci-après, établi conformément aux dispositions de l'instruction AMF n° 2005-06 du 22 février 2005 prise en application de l'article 241-2 du Règlement Général AMF, récapitule sous forme synthétique les opérations réalisées par la Société sur ses propres titres du 13 mai 2005 au 31 mars 2006.

- Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte : 3,80 %
- Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois : néant
- Nombre de titres détenus en portefeuille : 18 619 694
- Valeur comptable du portefeuille : 875 393 000 euros
- Valeur de marché du portefeuille : 1 506 333 245 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 mars 2006			
	Achats	Ventes / Transferts	Positions ouvertes à l'achat		Positions ouvertes à la vente	
			Options d'achat achetées	Achats à terme	Options d'achat vendues	Ventes à terme
Nombre de titres	4 514 233	6 139 953	405 500	-	-	-
dont :						
- contrat de liquidité	4 423 233	4 560 733				
- exercices de plans d'options	-	1 579 220				
Echéance maximale moyenne			34 mois	-	-	-
Cours moyen de la transaction	70,50	61,57				
Prix d'exercice moyen	-	-	32,10	-	-	-
Montants	318 254 061	378 032 144				

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

	<i>Page</i>
BILAN AU 31 DÉCEMBRE 2005	182
COMPTE DE RÉSULTAT – EXERCICE 2005	184
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE – EXERCICE 2005	185
RÉSULTAT DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES	186
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	187
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2005	199
FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2005	200
RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	201
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES	202

BILAN AU 31 DÉCEMBRE 2005

ACTIF

(en milliers d'euros)	Notes	2005			2004	2003
		Brut	Amortissements Provisions	Net	Net	Net
ACTIF IMMOBILISÉ						
Immobilisations incorporelles						
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
	9					
		25 597	-	25 597	25 597	25 597
		-	-	-	-	701
		17	(17)	-	-	420
		8 570	(673)	7 897	7 603	2 561
		-	-	-	-	-
Immobilisations financières						
	10	10 077 211	(2 124 581)	7 952 630	7 100 247	6 908 558
	11	4 046 217	-	4 046 217	4 729 987	4 968 980
		56 140	(19 845)	36 295	46 506	56 139
		694	(100)	594	551	479
	13	204 402	-	204 402	-	-
		355	-	355	333	332
		14 419 204	(2 145 216)	12 273 988	11 910 824	11 963 767
ACTIF CIRCULANT						
		-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-
	12	846 606	(4 401)	842 205	838 945	851 666
	13	710 879	-	710 879	929 331	828 421
	13	400 063	-	400 063	356 987	149 651
		107 107	-	107 107	79 282	104 198
COMPTES DE RÉGULARISATION						
	14	326	-	326	711	1 144
		2 064 982	(4 401)	2 060 582	2 205 256	1 935 080
		-	-	-	-	-
		5 805	-	5 805	7 610	8 334
	15	97	-	97	282	-
		16 490 088	(2 149 617)	14 340 471	14 123 971	13 907 181

PASSIF

<i>(en millions d'euros)</i>		2005	2005	2004	2003
	Notes	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	41 579	42 558
Réserve légale		14 698	14 698	14 698	14 698
Réserves réglementées	18	331 293	331 293	531 293	531 293
Autres réserves		195 013	195 013	-	-
Report à nouveau		2 377 685	1 493 584	927 138	557 532
Acompte sur dividendes		-	(122 484)	(122 484)	(103 433)
Résultat de l'exercice		-	1 447 529	1 011 082	768 370
Provisions réglementées		147	147	147	147
		4 843 672	5 284 616	4 286 710	3 694 422
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES					
	19				
Provisions pour risques		309 561	309 561	306 135	375 051
Provisions pour charges		19 820	19 820	6 376	6 376
		329 381	329 381	312 511	381 427
AUTRES PASSIFS					
	20				
Titres à Durée Indéterminée (T.D.I.)		551 681	551 681	563 490	573 934
Emprunts obligataires convertibles		-	-	-	-
Autres emprunts obligataires		3 993 320	3 993 320	4 055 195	4 082 798
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		541 375	541 375	341 105	545 010
Emprunts et dettes financières divers		3 271 059	3 271 059	4 222 262	4 280 069
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		22 637	22 637	21 506	39 498
Dettes fiscales et sociales		32 507	32 507	20 365	35 752
Autres dettes		754 074	313 130	299 838	272 908
COMPTES DE REGULARISATION					
Produits constatés d'avance		764	764	989	1 363
		9 167 417	8 726 473	9 524 751	9 831 332
Écarts de conversion passif		-	-	-	-
TOTAL PASSIF		14 340 471	14 340 471	14 123 971	13 907 181

COMPTÉ DE RÉSULTAT – EXERCICE 2005

(en milliers d'euros)	Notes	2005	2004	2003
Produits financiers de participations		664 218	830 499	1 230 441
Prestations de services, autres revenus		153 479	130 320	119 096
Produits financiers de participations et autres revenus	3	817 697	960 819	1 349 537
Reprises d'amortissements et provisions, transferts de charges	19	1 484	2 481	2 112
Autres produits d'exploitation		598	513	456
Total des produits d'exploitation		819 779	963 813	1 352 105
Autres achats et charges externes		160 574	145 094	161 147
Impôts, taxes et versements assimilés		3 863	2 471	2 270
Salaires et traitements		35 908	28 517	34 527
Charges sociales		11 585	8 411	8 240
Dotations aux amortissements		130	219	617
Dotations aux provisions	19	13 602	2 079	3 588
Autres charges		1 179	4 892	2 256
Total des charges d'exploitation		226 842	191 684	212 645
Reprises de provisions et transferts de charges	19	26 059	18 164	33 982
Intérêts et produits assimilés	4	146 103	140 121	140 432
Différences positives de change	5	1 279 185	1 830 769	2 020 013
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		4 570	4 768	25 021
Total des produits financiers		1 455 917	1 993 823	2 219 448
Dotations aux amortissements et provisions	19	17 923	33 774	20 046
Intérêts et charges assimilées	6	294 247	297 352	337 666
Différences négatives de change	5	1 264 342	1 818 326	1 983 572
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		9 485	18 839	41 443
Total des charges financières		1 585 997	2 168 291	2 382 727
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		462 858	597 661	976 181
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	7	-	30	-
Produits exceptionnels sur opérations en capital	7	104	30 152	2 926
Reprises de provisions et transferts de charges	19	852 744	186 164	111 815
Total des produits exceptionnels		852 848	216 346	114 741
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	7	3	2 174	6 241
Dotations aux amortissements et provisions	19	1 614	77 802	612 386
Total des charges exceptionnelles		1 618	79 976	618 627
Impôt sur les bénéfices	8	(133 441)	(277 051)	(296 075)
RÉSULTAT NET		1 447 529	1 011 082	768 370

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE – EXERCICE 2005

(en millions d'euros)	2005	2004	2003
EXPLOITATION			
Résultat net	1 448	1 011	768
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	(842)	(174)	429
Variation des autres provisions	4	79	60
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	3	11	16
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	613	927	1 273
Variation des autres créances et dettes (y compris comptes courants intra-Groupe) ⁽¹⁾	(53)	138	(497)
VARIATION DES AUTRES CRÉANCES ET DETTES	(53)	138	(497)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPERATIONS D'EXPLOITATION	560	1 065	776
INVESTISSEMENT			
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles		(4)	-
Acquisition de titres de participation	-	-	-
Cession de titres de participation, et opérations assimilées		1	3
Souscription aux augmentations de capital de filiales		(150)	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	0	(153)	3
FINANCEMENT			
Augmentation de capital	-	-	-
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	33	(131)	88
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(449)	(413)	(374)
Émission ou souscription de dettes financières	817	885	1 119
Remboursement de dettes financières	(888)	(1 071)	(1 698)
(Acquisition)/ Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(487)	(730)	(865)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	73	182	(86)
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	436	254	340
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	507	436	254

(1) Après reclassement, en 2003 et 2004, des prêts/emprunts intra-Groupe, de la rubrique «Financement» à la rubrique «Variation des autres créances et dettes».

RÉSULTAT DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en milliers d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)	2001	2002	2003	2004	2005
1. Capital					
• Montant du capital	146 970	146 981	146 981	146 981	146 981
• Nombre d'actions ordinaires existantes	489 901 115	489 937 410	489 937 410	489 937 410	489 937 410
• Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	40 855	-	-	2 747 475	4 637 175
2. Opérations et résultats de l'exercice					
• Produits financiers de participations et autres revenus	1 482 331	1 019 805	1 349 537	960 819	817 697
• Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	1 457 381	677 670	961 023	641 094	467 070
• Impôts sur les bénéfices ⁽¹⁾	-	-	-	-	-
• Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) ⁽²⁾	(612 237)	23 813	768 370	1 011 082	1 447 529
• Résultat distribué ⁽³⁾	367 426	391 950	416 447	465 441	563 428
3. Résultats par action					
• Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	2,99	1,38	2,57	1,87	1,23
• Résultat après impôts, et charges calculées (amortissements et provisions) ⁽²⁾	(1,25)	0,05	1,57	2,06	2,95
• Dividende net distribué à chaque action ⁽⁴⁾	0,75	0,80	0,85	0,95	1,15
4. Personnel					
• Effectif moyen (en nombre)	35	36	36	33	27
• Montant de la masse salariale	31 706	32 183	34 527	28 517	35 908
• Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	10 036	12 462	10 228	8 588	10 657

(1) Hors effets de la convention d'intégration fiscale.

(2) Après effets de la convention d'intégration fiscale.

(3) Avant effets des actions LVMH auto-détenues à la date de la distribution.

(4) Avants effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

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. S'agissant des participations, leur valeur d'inventaire est déterminée par référence à leur valeur d'utilité ou à leur valeur de cession. La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels de ces entités ; la valeur de cession est calculée à partir de ratios ou cours boursiers d'entreprises similaires, à partir d'évaluations faites par des experts indépendants dans une perspective de cession, ou par référence à des transactions récentes.

Les 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 évalués 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).

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 figurent en valeurs mobilières de placement, à l'exception des actions détenues dans la perspective d'une détention de longue durée, d'une annulation ou d'un échange qui sont comptabilisées en immobilisations financières.

Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat sont affectées à chacun des plans.

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH, calculée comme indiqué 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 d'achat, 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 au prix de revient moyen de l'ensemble des plans concernés lorsque ceux-ci sont présumés non exerçables (valeur de marché de l'action inférieure au prix d'exercice de l'option).

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

En cas de cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation selon la méthode Premier Entré-Premier Sorti (FIFO), à l'exception des actions détenues dans le cadre des plans d'options, pour lesquels le calcul est effectué plan par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré.

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 quotes-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.

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.

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 2 – 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 charge lors de l'émission.

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)	2005	2004	2003
Produits financiers de filiales et participations :			
- dividendes perçus de sociétés françaises	411 598	550 608	988 867
- dividendes perçus de sociétés étrangères	-	-	-
- quote-part de résultats de filiales françaises « transparentes »	252 620	279 891	241 574
	664 218	830 499	1 230 441
Revenus fonciers	5 628	4 535	4 410
Prestations de services	147 851	125 785	114 686
	817 697	960 819	1 349 537

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)	2005	2004	2003
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	113 381	116 566	111 842
Revenus de placements et autres produits financiers	32 722	23 555	28 590
	146 103	140 121	140 432

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	1 263 715	1 263 715
Résultat au titre d'opérations pour compte propre	627	15 470
	1 264 342	1 279 185

(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)	2005	2004	2003
Intérêts sur TDI	71 091	71 997	71 369
Intérêts sur emprunts obligataires	116 071	114 211	123 678
Intérêts sur emprunts bancaires	8 376	10 304	15 307
Intérêts sur billets de trésorerie	17 778	20 303	29 000
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	59 694	66 800	86 110
Autres intérêts et charges financières	21 238	13 737	12 202
	294 247	297 352	337 666

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Les produits exceptionnels sont constitués, à hauteur de 852 millions d'euros, d'une reprise de provision pour dépréciation du portefeuille de titres de participation, en raison notamment de l'évolution des parités de change concernées.

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. Le montant d'impôt créditeur, figurant au compte de résultat, de 133 millions d'euros correspond aux effets de cette convention.

Conformément à l'article 39 de la loi de finances rectificative pour 2005, un acompte d'impôt sur les sociétés a été versé en date du 29 décembre 2005, d'un montant de 133 millions d'euros.

• Reports déficitaires :

Le solde des reports déficitaires de l'intégration fiscale dont LVMH est la société mère a été utilisé en 2005.

• Imposition différée :

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2005 à un montant débiteur de 0,5 millions d'euros.

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en milliers d'euros)	2005
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2004	33 200
- Investissements	428
- Cessions et mises hors service	(163)
- Variation nette des amortissements	29
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2005	33 494

10. PARTICIPATIONS

(en milliers d'euros)	2005	2004	2003
Valeur brute du portefeuille de participations	10 077 211	10 077 211	9 928 183
Provision pour dépréciation	(2 124 581)	(2 976 964)	(3 625)
Valeur nette du portefeuille de participations ⁽¹⁾	7 952 630	7 100 247	6 908 558

(1) Voir Tableau des filiales et participations et Inventaire du portefeuille.

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 d'un an, renouvelables par tacite reconduction.

12. AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en milliers d'euros)	2005	2004	2003
Créances sur des entreprises liées	542 288	533 265	566 338
dont : <i>comptes courants d'intégration fiscale</i>	268 884	275 280	295 097
<i>acompte sur dividende à recevoir</i>			
<i>quote part de résultat de SNC à recevoir</i>	176 295	164 499	133 779
<i>primes payées sur options de change</i>	71 602	65 036	51 940
<i>produits à recevoir d'entreprises liées</i>	987	773	26 791
Créances sur l'État	134 740	59 948	56 264
Autres créances	165 177	245 732	229 064
dont primes payées sur options de change	144 373	124 187	111 546
	842 205	838 945	851 666

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception, 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

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2005, répartie en fonction de l'affectation des titres, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en milliers d'euros)</i>	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette
Immobilisations financières	204 402	-	204 402
Plans d'options d'achat	672 247	-	672 247
Plans d'attribution d'actions gratuites	5 842	-	5 842
Autres plans	28 078	-	28 078
Contrat de liquidité	4 712	-	4 712
Valeurs mobilières de placement	710 879	-	710 879

La catégorie « Autres plans » concerne des actions détenues en couverture de plans de rémunérations indexées sur le cours de l'action LVMH.

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

<i>(en milliers d'euros)</i>	Valeurs mobilières de placement				Titres immobilisés	
	Plans d'options d'achat		Autres		Nombre	Valeur
	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur		
Au 1^{er} janvier	17 148 615	765 770	3 294 172	185 569	-	-
Achats	-	-	5 187 382	320 875	-	-
Cessions	-	-	(5 071 882)	(319 083)	-	-
Transferts	(956 498)	(55 674)	(2 754 968)	(148 729)	3 711 466	204 402
Levées d'options	(1 264 340)	(37 849)	-	-	-	-
Au 31 décembre	14 927 777	672 247	654 704	38 632	3 711 466	204 402

La moins-value dégagée par les cessions s'est élevée à 2,6 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 actifs proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2005, des créances clients et des dettes fournisseurs en devises.

16. CAPITAL ET PRIMES

16.1 Capital

Le capital est constitué de 489 937 410 actions, entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro.

Toutes les actions composant le capital ont les mêmes droits, à l'exception des actions 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 2005, le capital se décompose ainsi :

Actions à droit de vote double	219 721 757
Actions à droit de vote simple	250 921 706
Actions détenues par LVMH	19 293 947
Nombre total d'actions	489 937 410

16.2 Variation des capitaux propres

Conformément aux résolutions de l'Assemblée Générale du 12 mai 2005, la variation des capitaux propres s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Capital et primes	Réserves et provisions réglementées	Autres réserves	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Soldes au 31.12.2004 avant affectation	1 883 257	587 717	0	927 138	(122 484)	1 011 082	4 286 710
Réaffectation de la réserve spéciale des plus-values à long terme ^(a)	-	(200 000)	195 013	4 988	-	-	-
Affectation du résultat 2004	-	-	-	1 011 082	-	(1 011 082)	-
Acompte sur dividende 2004	-	-	-	-	122 484	-	122 484
Dividendes 2004	-	-	-	(465 440)	-	-	(465 440)
Précompte mobilier	-	-	-	(3 061)	-	-	(3 061)
Soldes au 31.12.2004 après affectation	1 883 257	387 717	195 013	1 474 706	-	-	3 940 693
Dividendes 2004 - actions auto-détenues	-	-	-	14 010	-	-	14 010
Acompte sur dividendes 2005	-	-	-	-	(117 616)	-	(117 616)
Acompte sur dividendes 2005 - actions auto-détenues	-	-	-	4 869	(4 869)	-	-
Résultat de l'exercice 2005	-	-	-	-	-	1 445 618	1 445 618
Soldes au 31.12.2005 avant affectation	1 883 257	387 717	195 013	1 493 584	(122 484)	1 445 618	5 282 705

(a) Voir note 18.

La société dispose de réserves d'un montant au moins égal à la valeur de l'ensemble des actions LVMH auto détenues.

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)	2005	2004	2003
Vignobles et autres terrains	18 009	18 009	18 009
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23 570	23 570	24 549
	41 579	41 579	42 558

18. RÉSERVES RÉGLEMENTÉES

Les « Réserves réglementées » sont constituées de la « Réserve spéciale des plus-values à long terme » ; 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 par la loi de Finances rectificative pour 2004 (article 39) et sur décision de l'Assemblée Générale du 12 mai 2005, un montant de

200 millions a été transféré de la réserve spéciale des plus-values à long terme à un compte de réserve ordinaire, après prélèvement d'une taxe de 2.5 %, soit 5 millions d'euros. Le solde de la Réserve spéciale des plus-values à long terme, soit 329 millions d'euros, n'est distribuable qu'après règlement d'un complément de taxe.

19. VARIATION DES PROVISIONS

La variation des provisions s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	31 décembre 2004	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2005
Provisions pour dépréciation d'actifs :					
- titres de participation	2 976 965	360	-	(852 744)	2 124 581
- actions LVMH	22 008	-	-	(22 008)	-
- autres actifs	13 972	10 375	-	-	24 347
Provision pour risques et charges :					
- pour risques	306 135	8 960	(1 484)	(4 051)	309 561
- pour charges	6 376	13 444	-	-	19 820
Total	3 325 456	33 139	(1 484)	(878 803)	2 478 309
Dont : résultat d'exploitation	-	13 602	(1 484)		
résultat financier	-	17 923	-	(26 059)	
résultat exceptionnel	-	1 614	-	(852 744)	
		33 139	(1 484)	(878 803)	

Les provisions pour risques correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités de la société ou de ses filiales ; ces activités sont en effet exercées à un niveau international, dans le contexte d'un cadre réglementaire souvent imprécis, évoluant selon les pays et dans le temps, et s'appliquant

à des domaines aussi variés que la composition des produits ou le calcul de l'impôt.

Les provisions pour charges incluent notamment, à hauteur de 13 millions d'euros, les provisions constituées au titre des plans d'attribution d'actions gratuites et des plans de rémunérations à long terme indexées sur le cours de l'action LVMH.

20. ANALYSE DES AUTRES PASSIFS

La répartition des dettes par nature et selon leur échéance, avant affectation du résultat, ainsi que les charges à payer rattachées, sont présentées dans le tableau ci-après :

Dettes <i>(en milliers d'euros)</i>	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		à 1 an au plus	de 1 à 5 ans	à plus de 5 ans		
Titres à Durée Indéterminée (TDI)	551 681	11 027	946	539 708	5 459	-
Autres emprunts obligataires	3 993 320	1 012 683	1 780 637	1 200 000	31 601	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	541 375	330 395	210 980	-	495	-
Autres emprunts et dettes financières	3 271 059	3 271 059	-	-	6 468	2 970 788
Dettes financières	8 357 435	4 625 164	1 992 563	1 739 708	44 023	2 970 788
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	22 637	22 637	-	-	19 413	-
Dettes fiscales et sociales	32 507	32 507	-	-	27 623	-
Autres dettes (dont primes reçues sur options de change : 214,1 millions d'euros)	313 130	313 130	-	-	84 660	226 234
TOTAL	8 725 709	4 993 438	1 992 563	1 739 708	175 719	3 197 022

20.1 Titres à durée indéterminée (T.D.I.)

En décembre 1990 et février 1992, LVMH a procédé à l'émission, hors de France, de deux emprunts obligataires sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée aux montants nominaux respectifs de 762 et 229 millions d'euros.

Les conventions d'émission comportaient les caractéristiques suivantes :

- remboursement de droit dans les seuls cas de liquidation judiciaire et dissolution anticipée de LVMH, sauf fusion ou scission ;
- paiement du principal subordonné au désintéressement complet des autres créanciers ;
- possibilité de différer le paiement des intérêts si certains ratios financiers ne sont pas atteints.

En 1996, un avenant à la convention d'émission des TSDI 1990 a supprimé les deux dernières clauses ci-dessus, transformant ainsi les TSDI en créances chirographaires ordinaires, et conduisant à leur reclassement en dettes financières comme Titres à Durée Indéterminée (TDI).

Les TSDI émis en 1992 ont été reclassés simultanément par application de la clause « pari passu » de leur convention d'émission.

Ces émissions ont fait l'objet de conventions avec des sociétés tierces qui se sont engagées à conserver ou à racheter les titres aux souscripteurs après quinze ans, et ont renoncé en totalité ou quasi-totalité à la perception des intérêts à compter de cette date,

moyennant le versement par LVMH concomitamment à l'émission de montants définitifs de respectivement 170 et 57 millions d'euros.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 592 et 172 millions d'euros ;
- les sommes versées en rémunération du nominal de l'émission sont enregistrées proportionnellement pour partie en frais financiers et pour partie en amortissement du principal.

Les TDI de 1990 ont été émis moyennant rémunération du nominal au taux de l'Euribor à 6 mois majoré de 0,45 %. Ce taux a cessé de s'appliquer depuis le quinzième anniversaire de l'émission de ces titres, soit le 20 décembre 2005

Les TDI de 1992 ont été émis au taux facial de 9,70 % l'an.

Le régime fiscal des émissions, déterminé en 1993 et en 1996 par le Service de la Législation Fiscale, a été modifié par la loi de finances pour 2006, qui a inséré dans le Code Général des Impôts une disposition prévoyant l'imposition, au terme d'une période de quinze années après l'émission, d'une partie du produit résultant du placement des versements aux sociétés tierces.

Cette imposition est due « au titre de l'exercice au cours duquel ces valeurs mobilières donnent lieu au paiement d'un montant d'intérêts effectif inférieur au produit du montant nominal de l'émission par le taux d'intérêt légal, » soit l'exercice 2006 pour les TDI de 1990 et l'exercice 2007 pour les TDI de 1992.

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 2005 atteint 3,2 milliards d'euros.

(en milliers d'euros)	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Échéances	Nominal au 31 décembre 2005	Intérêts courus après swap	Total
Émissions publiques :						
EUR 600 000 000, 2005	3,375 %	-	2012	600 000	10 652	610 652
EUR 600 000 000, 2004	4,625 %	total	2011	600 000	4 618	604 618
EUR 750 000 000, 2003	5,00 %	total	2010	750 000	4 247	754 247
EUR 500 000 000, 2001	6,125 %	total	2008	500 000	221	500 221
EUR 800 000 000, 1999	5,00 %	total	2006	800 000	9 142	809 142
Placements privés :						
EUR 100 000 000, 2004	variable	-	2007	100 000	316	100 316
CZK 770 000 000, 2004	variable	-	2009	24 507	60	24 567
EUR 100 000 000, 2004	variable	-	2007	100 000	317	100 317
HKD 200 000 000, 2003	variable	-	2006	23 860	143	24 003
JPY 1 000 000 000, 2003	0,475 %	total	2006	7 280	7	7 287
EUR 306 130 153, 2003	variable	-	2008	306 130	768	306 898
SGD 125 000 000, 2001	4,00 %	total	2006	61 698	852	62 550
EUR 55 000 000, 2001	variable	-	2006	55 000	91	55 091
JPY 1 500 000 000, 2001	0,95 %	total	2006	13 672	61	13 733
JPY 1 100 000 000, 2001	variable	-	2006	10 464	58	10 522
JPY 1 000 000 000, 2001	variable	-	2006	9 107	48	9 155
Total				3 961 718	31 602	3 993 320

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 :

- Emprunt 2005 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 3,375 %, émis à 99,828 % du nominal.
- Emprunt 2004 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 4,625 %, émis à 99,427 % du nominal.
- Emprunt 2003 de 750 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00 %, émis à 99,986 % du nominal.
- Emprunt 2001 de 500 millions d'euros, portant intérêt au taux de 6,125 %, émis à 99,363 % du nominal.

- 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.

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

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.

Au 31 décembre 2005, la répartition par devise de la dette financière de 8 357 millions d'euro (voir Note 20), en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission s'analyse de la façon suivante :

Devises	Contre-valeur en millions d'Euros	
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture
Euro	5 161	4 272
Dollar US	54	148
Franc suisse	1	852
Yen	42	1
Dollar de Hong Kong	25	4
Dollar de Singapour	65	3
Autres devises	38	106
Sous-total	5 386	5 386
Entreprises liées		2 971
Total dettes financières		8 357

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 2005, 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	850 000	700 000	-	2 149
Swaps payeurs de taux variable	1 598 828	1 910 980	600 000	132 283
Caps	300 000	1 400 000	-	7 771
Tunnels (achats de caps & ventes de floors)	1 650 000	-	-	2 296

21.2 Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2005, réévalués aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

<i>(en milliers d'euros)</i>	Contrepartie : tiers	Contrepartie : filiales	Valeur de marché
Opérations de couverture pour compte des filiales :			
- Achats/Ventes à terme	1 036 410	1 036 410	(19 810)
- Options de change	3 299 570	3 299 570	(7 200)
Opérations pour compte propre :			
- Achats à terme	(144 633)	-	(5 159)
Opérations pour compte propre réputées non adossées :			
- Ventes à terme	909 440	-	8 320

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 comptabilisé de 37 millions d'euros.

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements sont les suivantes :

Taux d'actualisation : 4 %

Taux de rendement long terme attendu des placements : 4 %

22.2 Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 3 210 millions d'euros ; ce montant représente les engagements contractuels pris par le Groupe pour l'achat de minoritaires de sociétés consolidées, prises de participation, participations complémentaires dans des sociétés non consolidées, ou pour le paiement de compléments de prix éventuels pour des opérations réalisées. Ce chiffre inclut les effets du Protocole d'Accord intervenu le 20 janvier 1994 entre LVMH et Diageo, par lequel LVMH s'est engagé à acheter à Diageo sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, sous préavis de 6 mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur à la date de l'exercice de la promesse.

22.3 Autres engagements en faveur de tiers

<i>(en millions d'euros)</i>	au 31 décembre 2005
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales, ou autres sociétés du Groupe	2 320

22.4 Autres engagements en faveur de LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	au 31 décembre 2005
- Lignes de crédit à long terme confirmées non tirées	2 426
- Lignes de crédit à court terme confirmées non tirées	1 557
	3 983

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 2005

Titres de participation et autres titres immobilisés <i>(en milliers d'euros)</i>	% de participation directe	Valeur nette comptable
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC (France)	58,67	1 018 997
23 742 768 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA (France)	99,94	821 934
68 957 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA (France)	99,98	76 447
331 826 000 actions de valeur nominale EUR 15 de Sofidiv SAS (France)	100,00	5 453 275
1 961 043 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA (France)	99,99	259 163
31 482 974 actions de valeur nominale EUR 13,82 de Moët Hennessy International SA (France)	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	0
2 333 060 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA (France)	99,99	224 673
Autres titres de participation		23
TOTAL		7 952 630

Valeurs mobilières de placement et créances assimilées

(en milliers d'euros)

	Valeur nette comptable	Valeur de marché
. Titres de créances négociables	400 000	400 000
. Autres	63	63
TOTAL	400 063	400 063

FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2005

Sociétés	Siège social	Devise	Capital ^(a)		Quote part du capital détenu en pourcentage	Valeur comptable des titres détenus ^(c)		Prêts et avances consentis ^(c)	Cautions et avals accordés ^(c)	Chiffres d'affaires hors taxes ^(a)	Bénéfice net ou perte(-) du dernier exercice ^(a)	Dividendes encaissés en 2005 ^(c)
			Capital ^(a)	Capitaux propres autres que le capital ^{(a) (b)}		Brute	Nette					
<i>(en milliers d'unités monétaires)</i>												
1. Filiales (> 50 %)												
Moët Hennessy SNC	Boulogne	EUR	428 730	2 145 181	58,67	1 018 997	1 018 997	-	-	571 529	429 790	-
Moët Hennessy Inter. SA	Boulogne	EUR	151 564	202 818	58,67	74 443	74 443	-	-	69 440	68 052	-
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35 634	703 629	99,94	821 934	821 934	-	-	663 740	617 352	344 270
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2 621	199 212	99,98	76 447	76 447	2 043	-	829 792	43 932	57 993
Sofidiv SAS	Boulogne	EUR	4 977 390	(40 028)	100,00	6 666 408	5 453 276	-	-	122 647	128 692	-
LVMH Finance SA	Boulogne	EUR	34 996	(22 608)	99,99	1 130 499	224 673	-	-	259	(7 222)	-
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29 416	76 277	99,99	259 163	259 163	-	-	221 292	12 559	9 335
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150 000	77 943	100,00	7 564	7 564	-	544 996	553 899	155 380	-
LVMH Services LTD	Londres	GBP	3 500	(3 937)	100,00	5 622	0	-	-	1 353	(661)	-
2. Participations (>10 % et < 50 %)												
GIE LVMH Services	Boulogne	EUR	44 275	2 382	20,00	8 855	8 855	-	-	3 174	2 382	-
3. Participations (<10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5 328	7 873	5,44	6 692	6 692	15 177	-	88 517	(13 455)	-
4. Autres participations												
						587	587	-	-			0
Total						10 077 211	7 952 631	17 220	544 996			411 598

(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 2005, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

II. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants : la note 1.3. « Principes, règles et méthodes comptables » de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives aux immobilisations financières. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables précisées ci-dessus et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

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.

Avec LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK (Japon)

Nature, objet et modalités :

Octroi d'une garantie à première demande à LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK (Japon).

Le 7 septembre 2005, le Conseil d'Administration a autorisé l'octroi d'une garantie à première demande au titre de tout engagement qui pourrait être souscrit par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK (Japon) dans le cadre du renouvellement du programme d'Euro Medium Term Notes mis en place par cette société. Le montant de cette garantie est limité à 500 millions d'euros ou à la contre-valeur de ce montant à la date de la décision d'émission.

Le montant de la rémunération perçue par votre société au titre de cet engagement en 2005 s'est élevé à 566 727 euros.

Administrateurs concernés :

MM. Bernard Arnault, Pierre Godé et Patrick Houël

Avec Groupe Arnault SAS

Nature, objet et modalités :

Convention d'assistance avec la société Groupe Arnault SAS.

Le 19 janvier 2005, le Conseil d'Administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à la convention d'assistance conclue le 31 juillet 1998 entre votre société et la société Montaigne Participations et Gestion. Pour mémoire, à la suite de l'absorption de la société Montaigne Participations et Gestion par la société Groupe Arnault SAS le 22 décembre 2004, cette convention a été reprise par Groupe Arnault SAS.

La modification porte sur la rémunération prévue dans ce contrat, fixée à 4 400 000 euros par an (hors taxes) à compter du 1er janvier 2005.

Administrateurs concernés :

MM. Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire, Albert Frère et Pierre Godé

Avec Tajan S.A.

Nature, objet et modalités :

Renouvellement de convention de caution avec Tajan S.A.

Le 21 janvier 2004, le Conseil d'Administration a donné son accord pour que LVMH se porte caution solidaire de Tajan S.A. à l'égard de la société Le Mans Caution. Le 19 janvier 2005, dans le cadre du renouvellement de la convention entre Tajan S.A. et Le Mans Caution, le Conseil d'Administration a autorisé la reconduction de cette caution.

Le montant de la caution s'est élevé à 12,5 millions d'euros pour l'année 2005.

Administrateur concerné :

M. Nicolas Bazire

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.

Nature, objet et modalités :

Répartition des frais de Holdings du groupe LVMH.

La convention relative à la répartition des frais de Holdings du groupe LVMH, en fonction du chiffre d'affaires de chacune des deux activités « Vins et spiritueux », d'une part, et « Autres activités », d'autre part, conclue le 20 janvier 1994 avec Guinness plc (désormais Diageo), s'est poursuivie en 2005.

Le montant supporté par les activités « Vins et spiritueux » au cours de l'exercice s'est élevé à 41,9 millions d'euros.

Nature, objet et modalités :

Financement par souscription de parts sociales.

La convention relative à la souscription par une société en nom collectif, dont votre société et Christian Dior sont associées, de deux emprunts obligataires émis respectivement par votre société pour un montant de 306 millions d'euros et Christian Dior, s'est poursuivie en 2005.

Le montant des intérêts versés par votre société s'est élevé à 12,15 millions d'euros.

Nature, objet et modalités :

Convention de prestations de services.

La convention de prestations de services avec la société Christian Dior portant sur une assistance juridique, notamment en matière de droit des sociétés et de gestion du service titres de Christian Dior, moyennant une rémunération forfaitaire annuelle hors taxes de 45 750 euros, s'est poursuivie en 2005.

Nature, objet et modalités :

Financement du régime de retraite complémentaire.

Le financement du régime de retraite complémentaire, via une compagnie d'assurances, mis en place en 1999 au bénéfice des membres du comité exécutif dont certains membres sont également Administrateurs, s'est poursuivi au cours de l'exercice 2005.

La charge en résultant pour votre société au cours de l'exercice 2005 est comprise dans le montant figurant à la note 30.3. de l'annexe aux états financiers consolidés.

Nature, objet et modalités :

Location d'œuvres d'art.

La location à votre société par la société Groupe Arnault SAS d'un ensemble d'œuvres d'art s'est poursuivie en 2005.

La charge supportée à ce titre en 2005 par votre société s'est élevée à 498 587 euros.

Nature, objet et modalités :

Cautionnement d'emprunt bancaire.

LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton S.A. et LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc. sont co-emprunteurs dans le cadre d'une convention de crédit de 650 millions de dollars. Votre société a consenti une garantie sur la part empruntée par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc., pour un montant plafonné à 110 % du nominal, à un groupe de banques représentées par Citibank International plc.

Aucune commission de garantie n'a été perçue à ce titre en 2005 par votre société.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT Alain PONS

Jeanne BOILLET Gilles GALIPPE

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

	<i>Page</i>
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	206
1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	206
2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	208
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS ACHETÉES	213
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE VALEURS MOBILIÈRES RÉSERVÉE À PLUSIEURS CATÉGORIES DE PERSONNES AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION	214
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'OUVERTURE D' OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D' ACHAT D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DES DIRIGEANTS ET MEMBRES DU PERSONNEL	215
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L' AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D' UN PLAN D' ÉPARGNE D' ENTREPRISE	216

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 2005, 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 2005, 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 : 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 2005 de la façon suivante :

	Euros
• Détermination du montant distribuable :	
- résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2005	1 447 528 910,53
- dotation à la réserve légale	-
- report à nouveau	1 493 583 745,61
	2 941 112 656,14
• Proposition d'affectation :	
- réserve des plus-values à long terme	Néant
- dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 349 061,15
- dividende complémentaire de 1,135 euro par action	556 078 960,35
- report à nouveau	2 377 684 634,64
	2 941 112 656,14

Si cette affectation est retenue, le dividende net ressortira à 1,15 euro par action.

Un acompte sur dividende de 0,25 euro par action ayant été distribué le 2 décembre 2005, le solde est de 0,90 euro ; ce solde sera mis en paiement le 18 mai 2006.

Conformément à l'article 158 du Code général des Impôts, pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France, ce dividende ouvre droit à la réfaction de 40 %.

Dans le cas où, lors de la mise en paiement de ce solde, la Société détiendrait dans le cadre des autorisations données une partie de ses propres actions, le montant correspondant aux dividendes non versés, en raison de cette détention, serait affecté au compte report à nouveau.

Conformément à la loi, l'Assemblée Générale constate que le montant du dividende par action versé au cours des trois derniers exercices s'est élevé à :

Exercice	Nombre d'actions composant le capital	Date de mise en paiement	En euro Dividende net ⁽¹⁾
2005			
Acompte	489 937 410	2 décembre 2005	0,25
Solde	"	18 mai 2006	0,90
Total			1,15
2004			
Acompte	489 937 410	2 décembre 2004	0,25
Solde	"	18 mai 2005	0,70
Total			0,95
2003			
Acompte	489 937 410	4 décembre 2003	0,22
Solde	"	19 mai 2004	0,63
Total			0,85

(1) Hors avoirs fiscaux ou crédits d'impôts prévus par la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

Cinquième résolution : Réaffectation de la réserve spéciale des plus-values à long terme

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et pris acte que le montant de la réserve spéciale des plus-values à long terme s'élève au 31 décembre 2005 à 340 055 186,70 euros, après transfert d'un montant de 200 millions d'euros en réserve ordinaire effectué en application de la 4^e résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005, autorise le Conseil d'Administration, dans les conditions prévues à l'article 39 de la Loi de Finances rectificative pour 2004, à opérer le virement de tout ou partie de cette réserve à un compte de réserve ordinaire.

Sixième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de M. Antoine Bernheim

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Antoine Bernheim vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2009.

Septième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de M. Albert Frère

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Albert Frère vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2009.

Huitième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de M. Pierre Godé

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Pierre Godé vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2009.

Neuvième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de M. Arnaud Lagardère

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Arnaud Lagardère 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 2009.

Dixième résolution : Renouvellement du mandat d'administrateur de Lord Powell of Bayswater

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Lord Powell of Bayswater vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2009.

Onzième résolution : Nomination de M. Antoine Arnault en qualité d'administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Antoine Arnault en qualité d'Administrateur pour une durée de trois années qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2009.

Douzième 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 la couverture de plans d'options prévues aux articles L.225-177 et suivants 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 130 euros par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution gratuite d'actions ainsi qu'en cas, soit d'une division, soit d'un regroupement des titres, le prix d'achat indiqué ci-dessus sera ajusté par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

Le nombre maximum de titres pouvant être acquis ne pourra dépasser 10 % du capital social, étant précisé que cette limite s'applique à un montant du capital social qui sera, le cas échéant ajusté pour prendre en compte les opérations affectant le capital social postérieurement à la présente assemblée. Cette limite correspond à ce jour à 48 993 741 actions. Le montant total maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 6,4 milliards d'euros. Les actions pourront être acquises par tous moyens, en bourse ou de gré à gré, y compris par l'utilisation d'instruments financiers dérivés, ainsi que par acquisition de blocs ou à l'occasion d'un échange.

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 12 mai 2005, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Treizième résolution : Réduction du capital social

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes,

1. autorise le Conseil d'Administration à réduire le capital social de la société, en une ou plusieurs fois, par annulation d'actions acquises conformément aux dispositions de l'article L.225-209 du Code de commerce ;
2. fixe à 10 % du capital actuel de la société le montant maximum de la réduction de capital qui peut être réalisée par période de vingt-quatre mois ;
3. confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration pour réaliser et constater les opérations de réduction de capital, accomplir tous actes et formalités à cet effet, modifier les statuts en conséquence et, d'une manière générale, faire le nécessaire ;
4. fixe à dix-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;
5. décide que cette autorisation se substitue à celle accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Quatorzième 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 bilantielle 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, ou dix-huitième résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 et de la seizième résolution soumise à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée,
 - b) au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital,
 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 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 :
 - 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,
 - arrêter la liste des bénéficiaires des catégories susvisées et le nombre de titres à attribuer à chacun d'eux ;
 9. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Quinzième résolution : Autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions aux dirigeants et membres du personnel du Groupe

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes,

1. autorise le Conseil d'Administration dans le cadre des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de membres du personnel ou dirigeants de la société et des sociétés visées à l'article L.225-180 du Code de commerce, des options donnant droit soit à la souscription d'actions nouvelles de la société, à émettre à titre d'augmentation de capital, soit à l'achat d'actions existantes provenant de rachats effectués par la société, notamment, en vue de la régularisation des cours, le montant total des options consenties en application de la présente autorisation ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus de 3 % du capital de la société ;
 2. prend acte que la présente autorisation comporte au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options et sera exécutée dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi et la réglementation en vigueur au jour de l'ouverture des options ;
 3. décide que le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le conseil d'administration au jour où l'option est consentie dans les limites autorisées par les textes en vigueur à cette date ; en tout état de cause, ce prix ne pourra pas être inférieur à 80 % de la moyenne des cours cotés aux vingt séances de bourse précédant ledit jour. En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, il ne pourra pas être inférieur à 80 % du cours moyen d'achat des actions qui seront remises lors de l'exercice desdites options ;
- Le prix de souscription ou d'achat des actions sous option ne pourra être modifié sauf dans les cas prévus par la loi, à l'occasion d'opérations financières ou sur titres. Le Conseil d'Administration procédera alors, dans les conditions réglementaires, à un ajustement du nombre et du prix des actions sous option pour tenir compte de l'incidence de ces opérations ;
4. décide que le délai d'exercice des options devra être en conformité avec les textes en vigueur le jour de l'attribution des options et sera au maximum de dix ans ;
 5. donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration dans les limites fixées ci-dessus pour :
 - arrêter les modalités du ou des plans et fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, ces conditions pouvant comporter des clauses d'interdiction de revente immédiate de

tout ou partie des actions, sans que le délai imposé pour la conservation des titres puisse excéder trois ans à compter de la levée d'option,

- en fixer notamment l'époque ou les époques de réalisation,
 - arrêter la liste des bénéficiaires des options,
 - accomplir, soit par lui-même, soit par mandataire, tous actes et formalités à l'effet de rendre définitives la ou les augmentations de capital qui pourront être réalisées en vertu de l'autorisation faisant l'objet de la présente résolution,
 - modifier les statuts en conséquence et, généralement, faire tout ce qui sera nécessaire,
6. prend acte que le Conseil d'Administration informera chaque année l'Assemblée Générale Ordinaire des opérations réalisées dans le cadre de la présente résolution, en indiquant le nombre et le prix des options consenties et leurs bénéficiaires, ainsi que le nombre d'actions souscrites ou achetées ;
 7. fixe à trente-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;
 8. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'assemblée générale mixte du 15 mai 2003.

Seizième résolution : Augmentation de capital au profit des salariés du Groupe – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes et statuant en application des dispositions des articles L.225-129-2 et L.225-129-6 du Code de commerce,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans les conditions prévues à l'article L.443-5 du Code du travail, à une augmentation du capital social en numéraire réservée aux salariés de la société et des sociétés qui lui sont liées adhérents à un plan d'épargne d'entreprise ;
2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation ;
3. décide que le nombre total des actions qui pourront être souscrites par les salariés en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieur à 3 % du capital social au moment de l'émission, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, ou dix-huitième résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 et de la quatorzième résolution soumise à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée ;

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 12 mai 2005.

Dix-septième résolution : Modification des statuts

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration décide :

1. de supprimer l'article 11 relatif aux actions à dividende prioritaire et de modifier en conséquence la numérotation des articles suivants.
2. de modifier comme suit les articles 11, 12, 13, 16, 18, 23 et 29 des statuts :

Article 11 – Conseil d'Administration

Le point 3 est rédigé comme suit :

« 3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers, arrondi, le cas échéant, au chiffre immédiatement supérieur, des membres du Conseil d'Administration. Lorsque cette limite est dépassée, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été dépassée. »

Le reste de l'article est inchangé.

Article 12 – Organisation et fonctionnement du Conseil d'Administration

Le troisième paragraphe est rédigé comme suit :

« Le Président du Conseil d'Administration ne peut être âgé de plus de soixante-quinze ans. Si le Président atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Président, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. Sous réserve de cette disposition, le Président du Conseil est toujours rééligible. »

Le reste de l'article est inchangé.

Article 13 – Réunion du Conseil d'Administration

Le troisième alinéa du point 2 est rédigé comme suit :

« Sont réputés présents, pour le calcul du quorum et de la majorité, les Administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les conditions définies par le règlement intérieur du Conseil d'Administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à l'arrêté des comptes annuels et des comptes consolidés ainsi qu'à l'établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du Groupe. »

Le reste de l'article est inchangé.

Article 16 – Direction Générale

Le premier alinéa du point 2 est rédigé comme suit :

« Le Directeur Général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur Général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur Général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. »

Le sixième alinéa du point 3 est rédigé comme suit :

« La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur Général Délégué est fixée à soixante-cinq ans. Si le Directeur Général Délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général Délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. »

Le reste de l'article est inchangé.

Article 18 – Conventions soumises à autorisation

Le deuxième alinéa du point 2 est rédigé comme suit :

« Il en est de même pour les conventions entre la société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur Général ou

l'un des Directeurs Généraux Délégués de la société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, administrateur, directeur général ou membre du directoire ou du Conseil de Surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise. »

Le reste de l'article est inchangé.

Article 23 – Assemblées Générales

Le troisième alinéa du point 3 est rédigé comme suit :

« L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur première convocation ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur deuxième convocation délibère valablement quel que soit le nombre d'actionnaires présents ou représentés. »

Le deuxième alinéa du point 4 est rédigé comme suit :

« En ce qui concerne l'Assemblée Générale Extraordinaire, le quorum est du quart des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième assemblée. »

Le deuxième alinéa du point 7 est rédigé comme suit :

« En ce qui concerne l'assemblée spéciale, le quorum est du tiers des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième assemblée. »

Il est créé un troisième alinéa ainsi rédigé :

« Les délibérations de l'assemblée spéciale sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés. »

Le reste de l'article est inchangé.

Article 29 – Mise en paiement des dividendes

Le quatrième alinéa est rédigé comme suit :

« Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi. »

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS ACHETÉES

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton et en exécution de la mission prévue à l'article L.225-209, al. 7, du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons 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 de la réduction du capital envisagée sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L.225-209 du Code de commerce. Cette autorisation d'achat est proposée, par ailleurs, à l'approbation de votre Assemblée Générale et serait donnée pour une période de dix-huit mois.

Votre Conseil vous demande de lui déléguer, pour une période de dix-huit 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 de 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 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE VALEURS MOBILIÈRES RÉSERVÉE À PLUSIEURS CATÉGORIES DE PERSONNES AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par les articles 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 dans le cadre d'opérations financières complexes d'optimisation de la structure bilancielle de la société, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

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 ce montant s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant d'émissions décidées en vertu des treizième, quatorzième, quinzième, ou dix-huitième résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 et de la quatorzième résolution soumise à votre approbation lors de la présente Assemblée. Le nombre de titres à émettre pourra être augmenté dans les conditions prévues à l'article L. 225-135-1 du Code de commerce.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, avec faculté de délégation au Directeur Général ou avec son accord, à un Directeur Général Délégué, 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 le rapport du Conseil d'Administration.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles 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 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'OUVERTURE D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DES DIRIGEANTS ET MEMBRES DU PERSONNEL

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-177 du Code de commerce et par l'article 174-19 du décret du 23 mars 1967, nous avons établi le présent rapport sur l'ouverture d'options de souscription ou d'achat d'actions au bénéfice de membres du personnel ou dirigeants de la société et des sociétés visées à l'article L.225-180 du Code de commerce.

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir un rapport sur les motifs de l'ouverture des options de souscription ou d'achat d'actions ainsi que sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat. Il nous appartient de donner notre avis sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier que les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat sont mentionnées dans le rapport du Conseil d'Administration, qu'elles sont conformes aux dispositions prévues par les textes, de nature à éclairer les actionnaires et qu'elles n'apparaissent pas manifestement inappropriées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités proposées.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société, et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-138 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'augmentation de capital réservée aux salariés de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton et des sociétés qui lui sont liées dans le cadre d'un plan d'épargne entreprise, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Cette augmentation de capital est soumise à votre approbation en application des dispositions des articles L.225-129-6 du Code de commerce et L.443-5 du Code du travail.

Le nombre total des actions 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, ou dix-huitième résolutions approuvées par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 et de la douzième résolution soumise à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée.

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, la compétence pour décider de cette opération et fixer les conditions d'émission et vous propose 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 oeuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital proposée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission données dans le rapport du Conseil d'Administration.

Le montant du prix d'émission n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'augmentation de capital sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite 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'augmentation de capital par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 7 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

ERNST & YOUNG Audit

représenté par

représenté par

Thierry BENOIT

Alain PONS

Jeanne BOILLET

Gilles GALIPPE

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

	<i>Page</i>
RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	218
1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	218
2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE	219
3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	219

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous avons obtenu des commissaires aux comptes une lettre de fin de travaux dans laquelle ils indiquent avoir procédé, conformément à la doctrine et aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes donnés dans le présent document de référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Paris, le 19 avril 2006

Par délégation du Président-Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif

2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2004 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 77 à 123 et 124 du document de référence 2004 déposé à l'AMF le 9 mai 2005 sous le numéro D05-0652 ;
- le chapitre relatif à la mise en œuvre des normes IFRS par le Groupe, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 125 à 143 et 144 du document de référence 2004 déposé à l'AMF le 9 mai 2005 sous le numéro D05-0652 ;
- les comptes consolidés de l'exercice 2003 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 77 à 126 et 127 du document de référence 2003 déposé à l'AMF le 10 mai 2004 sous le numéro D04-0700 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2004 et 2003, présentée aux pages 29 à 66 du document de référence 2004 déposé à l'AMF le 9 mai 2005 sous le numéro D05-0652 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2003 et 2002, présentée aux pages 31 à 63 du document de référence 2003 déposé à l'AMF le 10 mai 2004 sous le numéro D04-0700 ;
- les comptes de la Société pour l'exercice 2004 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 193 à 213 et 214 du document de référence 2004 déposé à l'AMF le 9 mai 2005 sous le numéro D05-0652.
- les comptes de la Société pour l'exercice 2003 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 169 à 188 et 189 du document de référence 2003 déposé à l'AMF le 10 mai 2004 sous le numéro D04-0700 ;
- le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2004, figurant en pages 215 et 216 du document de référence 2004 déposé à l'AMF le 9 mai 2005 sous le numéro D05-0652 ;
- le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2003, figurant en pages 190 et 191 du document de référence 2003 déposé à l'AMF le 10 mai 2004 sous le numéro D04-0700.

Les parties non incluses de ces documents sont soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par un autre endroit du document de référence.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton S.A. sont inclus dans le présent document de référence. Les autres documents juridiques relatifs à la Société peuvent être consultés à son siège social dans les conditions prévues par la loi.

Les communiqués de la Société relatifs aux ventes et aux résultats, ainsi que les rapports annuels et semestriels et les comptes sociaux et consolidés peuvent être consultés sur le site internet de la Société à l'adresse suivante : www.lvmh.fr

Enfin, les documents de référence de LVMH déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers peuvent être consultés sur le site internet de l'AMF (www.amf-france.org).

TABLE DE CONCORDANCE

TABLE DE CONCORDANCE⁽¹⁾

Informations	Page		Page
1 - Personnes responsables	218		
2 - Contrôleurs légaux des comptes	137		
3 - Informations financières sélectionnées			
3.1 Informations historiques	72 ; 186		
3.2 Informations intermédiaires	n.a.		
4 - Facteurs de risque	34-36 ; 38-39		
5 - Informations concernant l'émetteur			
5.1 Histoire et évolution de la société	1 ; 6-17 ; 156		
5.2 Investissements	39-41 ; 107-108 ; 114		
6 - Aperçu des activités	6-17 ; 21-34 ; 107-108		
7- Organigramme			
7.1 Description sommaire	2-3		
7.2 Liste des filiales importantes	117-120		
8 - Propriétés immobilières, usines et équipements	57-59		
9 - Examen de la situation financière et du résultat	21-34 ; 37-40		
10 - Trésorerie et capitaux			
10.1 Capitaux de l'émetteur	158 ; 163		
10.2 Source et montant des flux de trésorerie	39		
10.3 Conditions d'emprunt et structure financière	37-40 ; 97-100 ; 163 ; 196		
		10.4 Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	n.a.
		10.5 Sources de financement attendues	100
		11 - Recherche et Développement, brevets et licences	13-14 ; 41
		12 - Information sur les tendances	62
		13 - Prévisions ou estimations du bénéfice	n.a.
		14 - Organes d'administration, de direction et de surveillance et direction générale	
		14.1 Organes d'administration et de direction	125-136
		14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	140
		15 - Rémunérations et avantages	175
		16 - Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
		16.1 Date d'expiration des mandats actuels	126-136
		16.2 Contrats de service liant les membres des organes d'administration	175

(1) Rubriques de l'annexe 1 du règlement européen 809/2004
n.a. : non applicable

Informations	Page
--------------	------

16.3 Informations sur le comité d'audit et le comité des rémunérations	140-141 ; 143-145
--	-------------------

16.4 Gouvernement d'entreprise	140
--------------------------------	-----

17 - Salariés

17.1 Nombre de salariés	41-48
-------------------------	-------

17.2 Participations et stock options	169-172
--------------------------------------	---------

17.3 Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	169
---	-----

18 - Principaux actionnaires

18.1 Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	160-161
--	---------

18.2 Existence de droits de vote différents	160
---	-----

18.3 Contrôle de l'émetteur	161-162
-----------------------------	---------

18.4 Accord connu de l'émetteur dont la mise en oeuvre pourrait, à une date ultérieure entraîner un changement de son contrôle	n.a.
--	------

19 - Opérations avec des apparentés	116
-------------------------------------	-----

20 - Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur

20.1 Informations financières historiques	73-120 ; 219
---	--------------

20.2 Informations financières pro forma	n.a.
---	------

Page

20.3 Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	182-200 ; 219
---	---------------

20.4 Vérification des informations historiques annuelles	121 ; 201 ; 218-219
--	---------------------

20.5 Date des dernières informations financières	31 décembre 2005
--	------------------

20.6 Informations financières intermédiaires et autres	n.a.
--	------

20.7 Politique de distribution des dividendes	163
---	-----

20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	59
--	----

20.9 Changement significatif de la situation commerciale ou financière	n.a.
--	------

21 - Informations complémentaires

21.1 Capital social	158-161
---------------------	---------

21.2 Acte constitutif et statuts	145-154
----------------------------------	---------

22 - Contrats importants	n.a.
--------------------------	------

23 - Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	n.a.
---	------

24 - Documents accessibles au public	219
--------------------------------------	-----

25 - Informations sur les participations	90
--	----



Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 19 avril 2006 conformément à l'article 212-13 du règlement général de l'AMF.

Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des Marchés Financiers.

LVMH

MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

Pour toute information,
contacter LVMH, 22, avenue Montaigne - 75008 Paris
Téléphone 01 44 13 22 22 - Télécopie 01 44 13 21 19

www.lvmh.fr et www.lvmh.com