LVMH

MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

EXERCICE 2006

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

LE GROUPE LVMH 1

HISTORIQUE 1

CHIFFRES CLÉS 2

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2007 4

LES ACTIVITÉS DU GROUPE 8

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE 21

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE 63

COMPTES CONSOLIDÉS 73

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA 129

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE 129

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE 145

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE 161

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 171

PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS 183

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ 187

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 MAI 2007 211

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION 225

TABLE DE CONCORDANCE 229

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 XVIe siècle à nos jours :

XVIe siècle	1593	Château d'Yquem
XVIIIe siècle	1729	Ruinart
	1743	Moët & Chandon
	1765	Hennessy
	1772	Veuve Clicquot
	1780	Chaumet
XIXe siècle	1815	Ardbeg
	1828	Guerlain
	1843	Krug
	1846	Loewe
	1852	Le Bon Marché
	1854	Louis Vuitton
	1858	Mercier
	1860	TAG Heuer
	1865	Zenith
	1870	La Samaritaine
	1893	Glenmorangie
	1895	Berluti
	1897	Glen Moray
XXe siècle	1916	Acqua di Parma
	1925	Fendi
		Omas
	1936	Dom Pérignon
		Fred
	1942	Rossimoda
	1945	Celine
	1947	Parfums Christian Dior
		Emilio Pucci
	1952	Givenchy
	1957	Parfums Givenchy
	1960	DFS
	1963	Miami Cruiseline
	1970	Kenzo
	1973	Sephora
		Domaine Chandon
	1976	Cape Mentelle
	1977	Newton
	1984	Thomas Pink
		Marc Jacobs
		Donna Karan
	1985	Cloudy Bay
	1987	Parfums Kenzo
	1989	Make Up For Ever
	1991	Fresh
		StefanoBi
	1993	Chopin
	1995	BeneFit Cosmetics
	1996	Belvedere
	1999	Terrazas de los Andes
XXIe siècle	2000	e.Luxury
	2001	De Beers
	2003	Cheval des Andes
	2005	10 Cane

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

(en millions d'euros et en pourcentage)	**2006**	2005	2004 [1]
Ventes	15 306	13 910	12 481
Résultat opérationnel courant	3 172	2 743	2 372
Résultat net	2 160	1 668	1 402
Résultat net - part du Groupe	1 879	1 440	1 194
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	3 504	3 089	2 708
Investissements opérationnels	771	707	640
Capitaux propres	11 594	10 484	8 675
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	29 %	41 %	61 %

Données par actions

(en euros)	**2006**	2005	2004 [1]
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	3,98	3,06	2,55
Résultat net, part du Groupe après dilution	3,94	3,04	2,53
Dividende par action			
Acompte	0,30	0,25	0,25
Solde	1,10	0,90	0,70
Montant global net [2]	1,40	1,15	0,95

(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.
(2) Pour l'exercice 2006, montant proposé à l'Assemblée Générale Ordinaire du 10 mai 2007.

Informations par groupe d'activités

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004 [1]
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	2 994	2 644	2 259
Mode et Maroquinerie	5 222	4 812	4 366
Parfums et Cosmétiques	2 519	2 285	2 128
Montres et Joaillerie	737	585	500
Distribution sélective	3 891	3 648	3 276
Autres activités et éliminations	(57)	(64)	(48)
Total	**15 306**	**13 910**	**12 481**
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	962	869	813
Mode et Maroquinerie	1 633	1 467	1 309
Parfums et Cosmétiques	222	173	150
Montres et Joaillerie	80	21	(10)
Distribution sélective	400	347	238
Autres activités et éliminations	(125)	(134)	(128)
Total	**3 172**	**2 743**	**2 372**

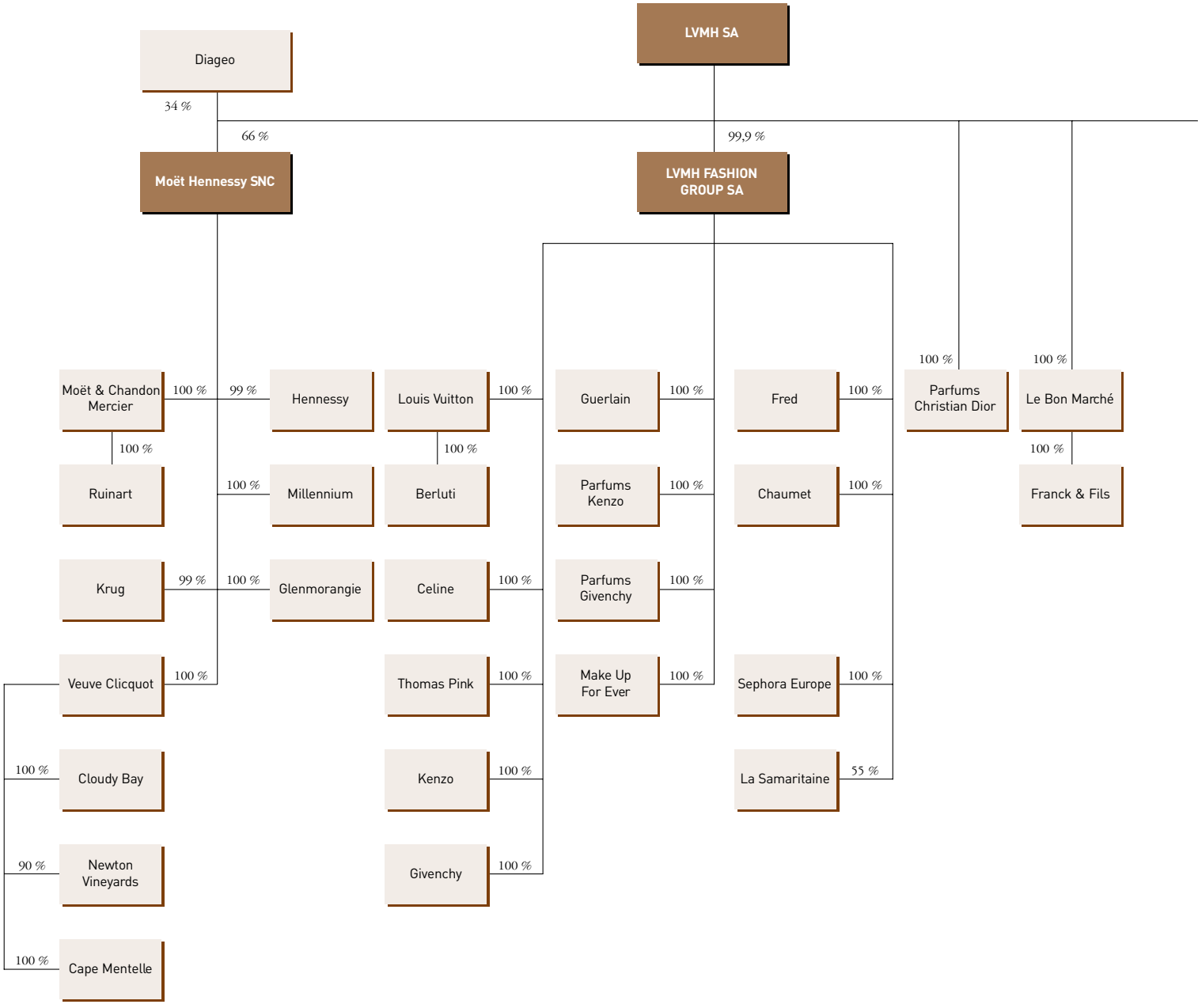
(1) Après retraitement, en normes IFRS, des données antérieurement publiées en normes françaises.

Informations par zone géographique

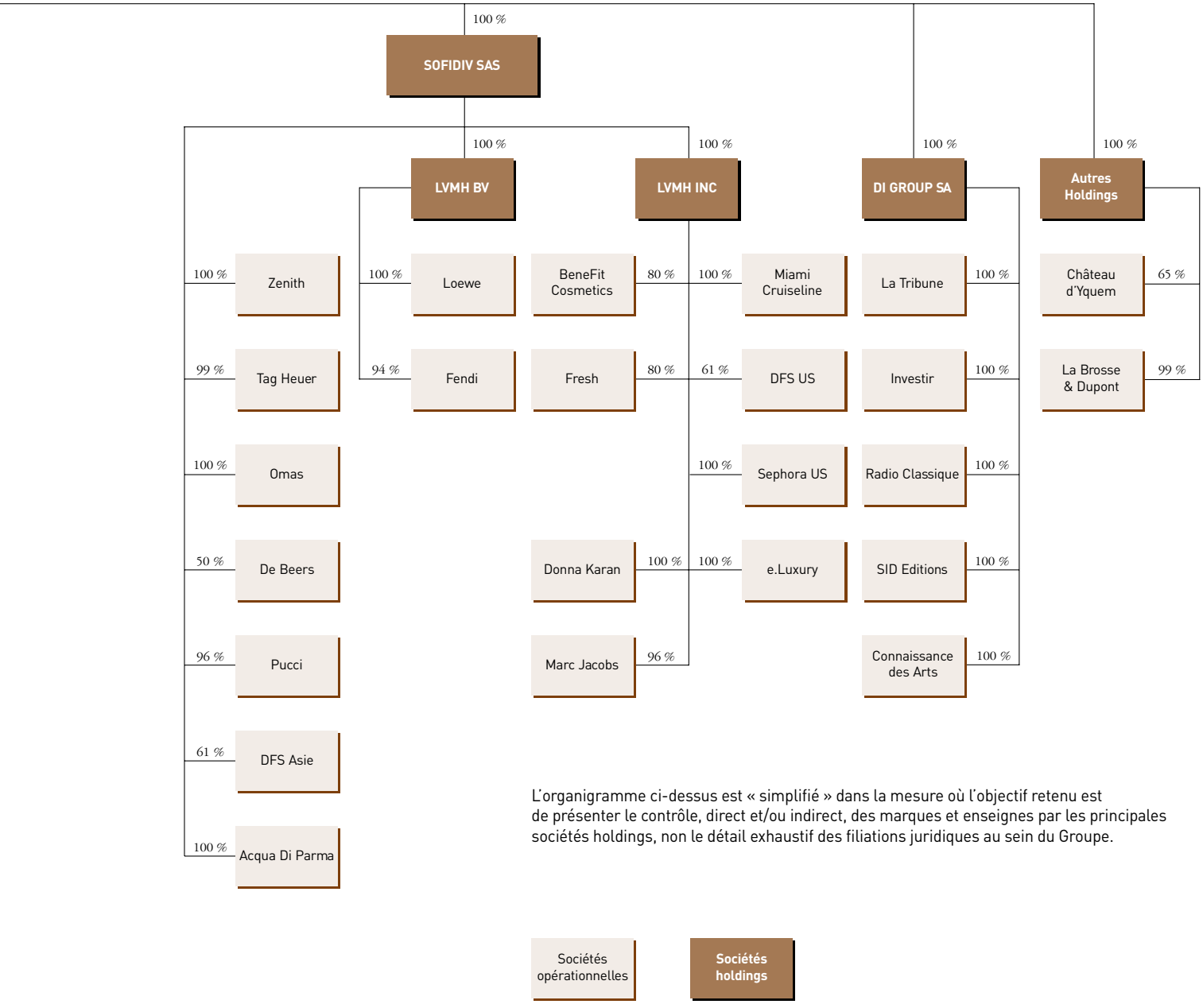
	2006	2005	2004 [1]
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	15	15	16
Europe (hors France)	22	20	20
États-Unis	26	27	27
Japon	13	14	15
Asie (hors Japon)	17	17	15
Autres marchés	7	7	7
Total	**100**	**100**	**100**
Ventes par devise de facturation *(en %)*			
Euro	30	30	31
Dollar US	32	32	31
Yen	13	15	15
Dollar Hong Kong	3	3	3
Autres devises	22	20	20
Total	**100**	**100**	**100**
Nombre de magasins			
France	288	278	278
Europe (hors France)	456	422	413
États-Unis	394	365	345
Japon	278	262	252
Asie (hors Japon)	363	329	338
Autres marchés	80	67	67
Total	**1 859**	**1 723**	**1 693**

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

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 MARS 2007



Organigramme simplifié du Groupe au 31 mars 2007



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

Sociétés opérationnelles

Sociétés holdings

LE GROUPE LVMH

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

		Page
1.	**VINS ET SPIRITUEUX**	**8**
	1.1 CHAMPAGNE ET VINS	8
	1.2 COGNAC ET SPIRITUEUX	10
	1.3 LA DISTRIBUTION DES VINS ET SPIRITUEUX	12
2.	**MODE ET MAROQUINERIE**	**13**
	2.1 LES MARQUES DU GROUPE MODE ET MAROQUINERIE	13
	2.2 LA CRÉATION	14
	2.3 LA DISTRIBUTION	14
	2.4 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	14
3.	**PARFUMS ET COSMÉTIQUES**	**14**
	3.1 LES MARQUES DU GROUPE PARFUMS ET COSMÉTIQUES	15
	3.2 LA RECHERCHE EN PARFUMS ET COSMÉTIQUES	16
	3.3 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	17
4.	**MONTRES ET JOAILLERIE**	**17**
	4.1 LES MARQUES DU GROUPE MONTRES ET JOAILLERIE	17
	4.2 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	18
5.	**DISTRIBUTION SÉLECTIVE**	**18**
	5.1 L'ACTIVITÉ « TRAVEL RETAIL »	19
	5.2 L'ACTIVITÉ « SELECTIVE RETAIL »	19
6.	**AUTRES ACTIVITÉS**	**20**

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

1. VINS ET SPIRITUEUX

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

En 2006, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 2 994 millions d'euros, soit 20 % des ventes totales du Groupe LVMH.

1.1 Champagne et Vins

En 2006, les ventes de l'activité Champagne et Vins se sont élevées à 1 687 millions d'euros (dont 86 % pour le champagne), soit 56 % des ventes de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.1.1 Les marques de champagne et vins

LVMH produit et commercialise une gamme de marques très étendue de vins de Champagne de haute qualité. En dehors de la Champagne, le Groupe élabore et distribue un ensemble de vins pétillants et tranquilles haut de gamme issus de régions viticoles renommées : France, Californie, Argentine, Brésil, Australie et Nouvelle-Zélande. Les vins développés par Moët Hennessy sont regroupés au sein de l'entité Estates & Wines.

LVMH représente le premier portefeuille de marques de Champagne, celles-ci bénéficiant de positionnements complémentaires sur le marché. **Dom Pérignon** est une cuvée de prestige élaborée par **Moët & Chandon** depuis 1936. Moët & Chandon, fondée en 1743, premier vigneron et premier exportateur de la Champagne, et **Veuve Clicquot Ponsardin**, fondée en 1772, qui occupe le deuxième rang de la profession, sont deux grandes marques à vocation internationale. **Mercier**, fondée en 1858, est une marque destinée au marché français. **Ruinart**, la plus ancienne des Maisons de Champagne, fondée en 1729, a une stratégie de développement très ciblée sur quelques marchés prioritaires aujourd'hui principalement européens. **Krug**, Maison fondée en 1843 et acquise par LVMH en janvier 1999, est une marque mondialement renommée, spécialisée exclusivement dans les cuvées haut de gamme.

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

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

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

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

1.1.2 Position concurrentielle

En 2006, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 8 % tandis que les expéditions de la région Champagne augmentent de 4,6 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 19,3 % du total des expéditions de la région, contre 18 % en 2005 (source CIVC).

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

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2006			2005			2004		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
Allemagne	12,3	3,3	26,5	12,0	3,0	25,0	11,5	3,3	29,0
Grande-Bretagne	36,8	8,1	21,9	36,8	7,7	21,0	35,0	7,6	21,9
États-Unis	23,2	13,5	58,4	20,7	12,1	58,3	20,3	11,7	57,9
Italie	9,3	4,6	49,3	8,8	4,5	50,8	8,2	4,3	52,4
France	181,0	10,6	5,9	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 :

(en pourcentage)	2006	2005	2004
Allemagne	5	5	6
Grande-Bretagne	12	13	13
États-Unis	20	21	21
Italie	8	8	8
Suisse	2	2	3
Japon	7	6	5
Autres	28	26	24
Total Export	82	81	80
France	18	19	20
Total	**100**	**100**	**100**

1.1.3 Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone délimitée classée en A.O.C. qui s'étend sur les 34 500 hectares légalement utilisables pour sa production. En 2006, 32 378 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 possèdent aujourd'hui des stocks en volume et en qualité autorisant une croissance mesurée des ventes. Au 31 décembre 2006, ces stocks représentaient environ 222 millions de bouteilles, soit l'équivalent de quatre années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 5 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée.

1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 678 hectares en production, qui fournissent un peu plus d'un quart des besoins annuels. Au-delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vignerons 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 vignerons et les négociants. À la suite d'un premier accord quadriennal signé en 1996, un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2000, portant sur les quatre vendanges 2000 à 2003 et confirmant la volonté de modération dans les fluctuations du prix de raisin, à la hausse ou à la baisse. Un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2004 entre les Maisons et les vignerons de la Champagne, portant sur les 5 vendanges 2004 à 2008. Cet accord fixe de nouvelles règles ayant pour objectifs de sécuriser le paiement des raisins aux vignerons et de maîtriser la spéculation sur les prix.

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

Pour la récolte 2006, l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) a fixé le rendement maximum de l'appellation Champagne à 13 000 kg/ha. Ce rendement maximum correspond au niveau de récolte maximum pouvant être vinifié et commercialisé en appellation Champagne. En outre, l'INAO a redéfini le cadre réglementaire des réserves « bloquées » évoquées précédemment. Il sera désormais possible de récolter des raisins au-delà du rendement commercialisable dans la limite d'un plafond appelé « plafond limite de classement (PLC) ». Ce PLC sera déterminé chaque année dans la limite du rendement total maximum qui a été fixé à 15 500 kg/ha. La récolte supplémentaire sera bloquée en réserve, conservée en cuves et utilisée pour compléter une récolte déficitaire. Le niveau maximum de cette réserve bloquée est fixé à 8 000 kg/ha.

La récolte 2006 a été bonne tant en qualité qu'en quantité. Elle a permis d'atteindre le plafond commercialisable de 13 000 kg/ha et de compléter les réserves bloquées dans la limite du PLC fixé pour cette récolte à 14 500 kg/ha. Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2006 s'établit entre 4,20 euros et 5,05 euros suivant les crus, relativement stable par rapport à 2005.

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 2006, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 1 307 millions d'euros, soit 44 % des ventes totales de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.2.1 Les marques de cognac et spiritueux

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

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

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 5 % par rapport à 2005, alors que les expéditions en volume des marques de LVMH augmentent de 10 %. La part de marché du groupe d'activités s'établit ainsi à 41 %, contre 40 % en 2005 (source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac - BNIC). La société est leader mondial du cognac, ses positions étant particulièrement fortes aux États-Unis et en Asie.

Les principaux marchés géographiques du cognac pour la profession et pour LVMH, sur la base des expéditions en nombre de bouteilles hors vrac, sont les suivantes :

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2006			2005			2004		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
États-Unis	51,5	27,9	54,2	52,2	28,4	55,6	48,5	26,6	54,8
Asie hors Japon	31,1	15,8	50,9	25,9	12,4	47,8	22,1	10,1	45,8
Japon	2,9	1,7	59,7	3,4	2,0	59,8	3,4	2,0	58,2
Allemagne	5,4	1,2	22,5	5,3	1,2	22,2	4,1	1,2	29,3
France	4,5	0,3	5,6	5,1	0,3	5,1	5,4	0,3	5,2

(Source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC)

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

(en pourcentage)	2006	2005	2004
États-Unis	52	55	56
Japon	3	3	4
Asie (hors Japon)	22	20	17
Europe (hors France)	12	12	13
Autres export	11	10	9
Total Export	100	100	99
France	-	-	1
Total	**100**	**100**	**100**

1.2.3 Mode d'élaboration du cognac

La région délimitée de Cognac se situe autour du bassin de la Charente. Le vignoble, qui s'étend actuellement sur environ 75 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie. En 2006, 73 049 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 189 hectares en propriété. Le vignoble du Groupe est resté quasiment stable depuis 2000, après l'arrachage de 60 hectares de vignes en 1999, ceci dans le cadre du plan interprofessionnel mis en place en 1998 ; ce plan avait pour objet de réduire la superficie de production, par des primes offertes à l'arrachage et des aides attribuées aux vignerons, incitant à une production de vins autres que ceux entrant dans l'élaboration du cognac.

L'essentiel des vins et eaux-de-vie nécessaires à Hennessy pour sa production est acheté auprès d'un réseau d'environ 2 500 producteurs indépendants, avec lesquels la société veille au maintien d'une extrême qualité. Les prix d'achat des vins et eaux-de-vie sont établis entre la société et chaque producteur suivant l'offre et la demande. En 2006, le prix des vins de la récolte a augmenté de 2 % pour les Fins Bois, après une hausse de 1,6 % en 2005 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 proviennent également 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 2006, 20 % des ventes de champagne et 18 % des ventes de cognac ont été réalisées par ce canal.

Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy, société holding des activités Vins et Spiritueux du groupe LVMH.

À partir de 1987, LVMH et Guinness (antérieurement à la constitution du groupe Diageo) ont en effet conclu des accords conduisant à établir 17 joint-ventures pour la distribution de leurs grandes marques, dont MHD en France et Schieffelin & Somerset aux États-Unis. Ce réseau commun répond à l'objectif de renforcer les positions des deux groupes, de mieux contrôler leur distribution, d'améliorer le service rendu à leur clientèle et d'accroître leur rentabilité par un partage des coûts de distribution.

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

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

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Celine, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda, StefanoBi, ainsi que le site Internet e-Luxury composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis dispose de 954 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 2006, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 5 222 millions d'euros, soit 34 % des ventes totales de LVMH.

2.1 Les marques du Groupe Mode et Maroquinerie

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

Louis Vuitton Malletier, fondée en 1854, marque phare du groupe d'activités, a d'abord centré son développement autour de l'art du voyage, créant des malles, bagages rigides ou souples, sacs et accessoires novateurs, pratiques et élégants, avant d'élargir son territoire et sa légitimité en abordant d'autres domaines d'expression. Depuis plus de 150 ans, sa gamme de produits s'enrichit ainsi continuellement de nouveaux modèles pour le voyage ou pour la ville et de nouvelles matières, formes et couleurs. Réputée pour l'originalité et la grande qualité de ses créations, Louis Vuitton est aujourd'hui la première marque mondiale de produits de luxe et, depuis 1998, propose à sa clientèle internationale une offre globale : maroquinerie, prêt-à-porter féminin et masculin, souliers et accessoires. La Maison est en outre présente depuis 2002 dans le domaine des montres, a lancé en 2004 sa première collection de joaillerie et sa première collection de lunettes en 2005.

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

- la ligne *Monogram*, toile historique créée en 1896, également déclinée en Monogram vernis, mini, satin, glacé, mat ;
- la ligne *Cuir Epi*, proposée en huit couleurs ;
- la ligne *Damier* existant en deux couleurs, ébène et azur depuis 2006 ;
- la ligne *Taïga*, pour homme, proposée en quatre couleurs.

Loewe, Maison espagnole créée en 1846 et acquise par LVMH en 1996, s'est spécialisée à l'origine dans le travail de cuirs de très haute qualité. Elle est aujourd'hui présente dans la maroquinerie, le prêt-à-porter. Les parfums Loewe sont intégrés dans le groupe d'activité Parfums et Cosmétiques.

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

Berluti, artisan bottier depuis 1895, détenue par LVMH depuis 1993, crée et commercialise des souliers pour homme de très haute qualité, sur mesure et en prêt-à-chausser.

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 la société 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 en 1999, la marque a entrepris d'accélérer sa croissance à l'international.

Fendi, fondée à Rome en 1925, est l'une des marques phares de la scène italienne. Particulièrement connue pour son savoir-faire et sa créativité dans le travail de la fourrure, la marque est présente dans la maroquinerie, les accessoires et le prêt-à-porter.

Emilio Pucci, marque italienne fondée en 1947, est, dans le domaine du prêt-à-porter de luxe, le symbole d'une mode sans contrainte, synonyme d'évasion et de loisirs raffinés. Emilio Pucci a rejoint LVMH en février 2000.

Donna Karan, a été fondée à New York en 1984. Ses lignes de prêt-à-porter, *Collection*, la plus luxueuse, et *DKNY*, déclinaison plus active, correspondent à un style de vie très actuel et international.

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

2.2 La création

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

LVMH considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons de mode un grand nombre de créateurs au talent reconnu mondialement : Marc Jacobs crée depuis 1998 les collections de prêt-à-porter de Louis Vuitton, supervise la création des souliers et réinterprète avec succès les grands classiques de la Maison en maroquinerie. Ivana Omazic a rejoint Celine en 2005 en qualité de Directrice Artistique. Le jeune créateur Riccardo Tisci a été nommé début 2005 Directeur Artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy Femme. 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 954 magasins au 31 décembre 2006, dont 368 pour Louis Vuitton.

2.4 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Les quinze ateliers de fabrication de maroquinerie de Louis Vuitton Malletier, onze en France, trois en Espagne et un aux États-Unis, assurent l'essentiel de la production de la marque ; Louis Vuitton ne recourt à des tiers que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de sa production.

Fendi et Loewe disposent également d'ateliers de maroquinerie dans leur pays d'origine et en Italie pour Celine, qui ne couvrent qu'une part de leurs besoins de production. De façon générale, la sous-traitance à laquelle a recours le groupe d'activités est diversifiée en termes de nombre de sous-traitants, et située pour une large part dans le pays d'origine de la marque, France, Italie et Espagne.

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance de production représente en 2006 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 équilibrages ont d'ailleurs permis de limiter la dépendance vis-à-vis des fournisseurs. Après une diversification lancée en 1998 vers la Norvège et l'Espagne, le portefeuille des fournisseurs s'est élargi à l'Italie en 2000. Chez Louis Vuitton, le premier fournisseur de cuirs et peaux représente environ 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. À cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent BeneFit Cosmetics et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétiques en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, marque espagnole détenant de fortes positions sur son marché domestique, et Make Up For Ever, marque française spécialisée dans les produits de maquillage professionnel.

La présence d'un large éventail de marques au sein du groupe d'activités génère des synergies et constitue une force sur le marché. L'effet de volume permet notamment l'achat d'espace publicitaire à de meilleurs tarifs et la négociation de meilleurs

emplacements dans les grands magasins. Dans le domaine de la recherche et développement, les marques du Groupe ont mutualisé leurs ressources dès 1997 avec un centre en commun à Saint Jean de Braye (France), sur le site industriel de Parfums Christian Dior. L'utilisation de services partagés par les filiales internationales augmente l'efficacité des fonctions de support pour toutes les marques et facilite l'expansion des marques les plus récentes. Ces économies d'échelle permettent d'investir davantage dans la création et la communication, qui sont deux facteurs clés de succès dans le secteur des parfums et cosmétiques.

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

En 2006, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 2 519 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, Fahrenheit, Dune pour Homme, Higher* et *Dior Homme*, lancé en 2005, constituent les parfumants masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Diorsnow* et *Hydraction*, 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, *Insolence* créé en 2006, pour les parfums féminins, *Habit Rouge, Vetiver* et *L'Instant de Guerlain pour Homme*, lancé en 2004, pour les parfums masculins, sont les ambassadeurs de la marque.

Les principales lignes cosmétiques de Guerlain sont *Issima* et *Orchidée Impériale* pour les produits de soin, *Terracota* et *Kisskiss* pour le maquillage.

La société **Parfums Givenchy**, fondée en 1957, complète sa présence dans l'univers des parfums féminins et masculins (*Amarige, Organza, Very Irresistible* Givenchy, *Ange ou Démon* lancé en 2006, *Givenchy pour Homme, Very Irresistible pour Homme*…) en développant une activité dans le domaine des produits cosmétiques avec les soins Givenchy et la ligne de maquillage Givenchy *Le Makeup* inaugurée en 2003.

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et connaissent un fort développement depuis le succès de *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a entrepris de diversifier son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant l'année suivante la gamme *KenzoKi*. L'année 2006 a vu le lancement du parfum féminin *KenzoAmour*.

BeneFit Cosmetics, créée en 1995 à San Francisco, a rejoint LVMH fin 1999. La marque doit son succès rapide au sérieux de ses produits de beauté et de maquillage allié à un réel sens du plaisir, conforté par l'aspect ludique de leurs noms et de leurs packagings. Outre les ventes réalisées par ses cinq boutiques exclusives de la baie de San Francisco, ses deux boutiques de Chicago et ses cinq boutiques de Grande-Bretagne, la marque est actuellement distribuée dans près de 900 points de vente aux États-Unis, en Europe et en Asie.

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

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

Make Up For Ever, créée en 1989, a rejoint LVMH en novembre 1999. La marque est spécialisée dans le maquillage professionnel et ses applications pour le grand public. Ses produits sont distribués dans ses boutiques exclusives à Paris et à New York et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, aux États-Unis, en Corée et au Moyen-Orient.

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Parme, est une marque de parfumerie de prestige, symbole du chic italien. La marque est spécialisée dans les parfums et les soins du corps et a diversifié son offre, notamment dans les parfums d'intérieur et le linge de maison. Aujourd'hui basée à Milan, Acqua di Parma s'appuie sur un réseau de distribution exclusif, dont une boutique en propre à Milan.

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

3.2 La recherche en parfums et cosmétiques

Plus que dans tout autre domaine, la recherche et l'innovation jouent un rôle majeur dans la stratégie de développement des Parfums et Cosmétiques. Les marques du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques bénéficient aujourd'hui du regroupement de leurs équipes au sein d'un GIE, LVMH Recherche, issu du regroupement progressif des différentes entités de recherche des marques du groupe d'activités. Plus de 220 scientifiques, chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins travaillent ainsi au sein des laboratoires implantés à Saint Jean de Braye sur tous les développements des produits de soin, maquillage et parfums de Christian Dior, Guerlain et Givenchy. Les laboratoires assurent également un certain nombre de développements pour Parfums Kenzo, Parfums Loewe, Acqua di Parma, Fendi, Pucci 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 du groupe LVMH impliquées dans les parfums ou les cosmétiques.

Ce rassemblement de compétences et cette concentration de moyens offrent de nombreux avantages : ils permettent à LVMH de mener, en liaison avec des partenaires français et étrangers, en particulier des universités européennes, de grands projets de recherche appliquée dont l'ensemble des marques bénéficie. Un réservoir plus important d'innovations techniques susceptibles d'irriguer tous les projets est à la disposition des équipes marketing du groupe d'activités. Enfin, le regroupement de services associés aux développements, permet d'affirmer l'expertise de LVMH dans des domaines tels que la sécurité des produits, ou la représentation de nos intérêts dans différentes organisations réglementaires européennes, américaines et asiatiques de la profession.

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

En 2006, les équipes ont poursuivi leurs travaux dans les domaines clés de compétence, sensorialité, plaisir, qualité, sécurité et performance des produits, et leurs avancées dans les domaines de la biologie, de la biologie moléculaire et des substances naturelles, notamment dans la recherche de nouveaux actifs végétaux. Les nouveaux ingrédients développés et proposés par les équipes ont intégré, en complément de la notion de performance, une forte dimension d'éthique et de durabilité. L'ensemble de ces activités a donné lieu à 70 communications et articles scientifiques sur toutes ces thématiques. Par ailleurs, LVMH Recherche protège régulièrement ses inventions : plus de 15 brevets majeurs ont été déposés en 2006 et autant devraient l'être en 2007.

Dans le domaine des soins, les principaux thèmes de recherche sont à l'heure actuelle l'anti-âge (prévention et correction) avec une attention particulière autour du thème de la longévité cellulaire et tissulaire (organisation d'un Symposium LVMH Recherche en 2006 sur ce sujet), l'hydratation qui est une attente majeure des consommateurs, les produits spécifiques pour le corps, et les produits blanchissants appréciés par la clientèle asiatique mais permettant également d'améliorer l'éclat du teint, un effet recherché aussi hors Asie.

Dans le domaine de l'anti-âge, les laboratoires LVMH ont renforcé en 2006 leur collaboration avec des équipes universitaires et des chirurgiens plasticiens dans le but de mieux cibler l'activité des produits. Ces relations ont donné naissance à la gamme *Capture Totale* chez Parfums Christian Dior en janvier 2006. Cette gamme composée d'un sérum, d'une crème et de capsules complément alimentaire, introduites pour la première fois en cosmétique de luxe, a reçu un vif succès sur le marché international. Concentré de 5 innovations majeures, cette gamme a permis de mettre en avant les expertises combinées des différents laboratoires de recherche de LVMH. *Capture Totale* a reçu, en France et à l'étranger, de nombreux prix saluant cette innovation dans le domaine du luxe.

Les travaux de fond des laboratoires sur le thème de la longévité ont notamment contribué au succès d'*Orchidée Impériale*, soin anti-âge majeur de Guerlain.

D'autres travaux fondamentaux initialisés il y a plusieurs années ont également permis d'identifier des fractions de la vigne particulièrement efficaces pour lutter contre les radicaux libres qui agressent notre peau quotidiennement. Ces études ont permis d'isoler une fraction particulièrement efficace à partir des sarments de vigne du vignoble prestigieux de Château d'Yquem, utilisée au sein de la gamme *L'Or de Vie*, lancée fin 2006 par Parfums Christian Dior. Ce développement a permis le dépôt de nouveaux brevets par LVMH Recherche.

Enfin, des ingrédients et des formulations révolutionnaires et brevetés ont permis le succès de *Plasticity* (Dior) dans le domaine des amincissants, et de Dior *Dermo-System* qui introduit la première gamme cosmétique soin homme chez Dior.

Dans le domaine du maquillage, les principaux thèmes de recherche sont les interactions peau-lumière-matière, les nouveaux pigments à effets, les matériaux intelligents et les nouveaux polymères. Les partenariats en amont ont permis de développer de nouveaux effets colorés pour les différentes marques du groupe LVMH. L'innovation passe fréquemment par des transferts technologiques 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 mascaras *Tiffany Lash Pearls* (Givenchy) et *Diorshow Ice Pearl* (Dior). De nouveaux élastomères à transformation de phase ont été utilisés pour la première fois dans le fond de teint *Icône* (Dior) qui devient une poudre à l'application. Des matériaux issus du domaine de la bijouterie comme le saphir blanc ou le cristal ont été incorporés pour améliorer les propriétés optiques de nos formulations (Poudre *C'est Moi* de Guerlain). Des matériaux issus de l'industrie de la céramique de grande pureté, ayant des formes de rose des sables, ont été développés pour leur effet optique dans Fond de teint *Fleur de teint* de Guerlain.

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 *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 des différents pays. Cela est également vérifié dans le cas du rouge à lèvres *KissKiss* et du maquillage *Fleur de Teint* pour Guerlain, ou des mascaras *Eyefly* pour Givenchy.

Dans le domaine des Parfums enfin, 2006 a vu naître la cellule de « Création Parfum » ; cette équipe nouvellement créée travaille sur la qualité olfactive de tous les parfums et dérivés du groupe d'activités. Cette cellule cherche en particulier à accroître la qualité et la noblesse des matières premières utilisées, en particulier des essences végétales de parfumerie, et permet d'améliorer sans cesse les qualités olfactives des parfums nouvellement développés.

L'innovation, particulièrement dynamique en terme de produits en 2006, ne doit pas occulter les grands projets de recherche amont qui vont donner naissance aux produits commerciaux des années à venir. Ces programmes très ambitieux permettent d'imaginer des produits toujours plus innovants, sur des thématiques où LVMH Recherche se veut toujours en avance sur ses concurrents.

Dans le domaine des technologies de vectorisation afin de cibler les activités biologiques (après les liposomes utilisés dans la gamme *Capture*), dans le domaine de la biologie moléculaire afin de modifier les cinétiques de pigmentation de la peau (technologie des anti-sens utilisée dans la gamme *Diorsnow*), dans le domaine des Aquaporines et des jonctions étanches afin de contrôler les mouvements d'eau au sein des tissus cutanés (technologies respectivement utilisées pour *Hydraction* de Dior et *Superaquaserum* de Guerlain), les technologies de rupture à venir proposées par LVMH Recherche permettront aux marques du groupe LVMH d'obtenir des succès commerciaux légitimes en 2007, dans le domaine du soin et du maquillage comme dans celui des parfums.

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 2006, pour cette activité, environ 8 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 13 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, joint-venture créé en juillet 2001, affirme son positionnement de joaillier diamantaire (l'activité de la marque De Beers, précédemment consolidée dans les Autres activités, est intégrée au groupe d'activités Montres et Joaillerie en 2006).

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 2006, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 737 millions d'euros, soit 5 % des ventes totales de LVMH.

4.1 Les marques du Groupe Montres et Joaillerie

TAG Heuer (fondée en 1860 à Saint-Imier dans le Jura suisse, acquise par LVMH en novembre 1999) est la référence incontestable des montres et des chronographes de sport et de prestige, dont elle est le leader mondial. Associée au monde des sports de compétition et à ses valeurs de performance, la marque est reconnue pour la qualité et la précision de ses montres ainsi que pour leur esthétique

d'avant-garde. Les modèles les plus réputés sont, pour la ligne « professional sport watches » : les séries *Acquaracer* et *Link* ; pour les montres et chronographes classiques, les modèles *Carrera et Monaco.* TAG Heuer a lancé sous licence en 2002 une ligne de lunettes de sport, *TAG Heuer Sportvision*.

Zenith, fondée en 1865 et implantée au Locle dans le Jura suisse, a rejoint LVMH en novembre 1999. Zenith appartient au cercle très restreint des manufactures d'horlogerie. Le terme manufacture désigne, dans le monde de l'horlogerie, une entreprise qui assure intégralement la conception et la fabrication des mouvements mécaniques. Les deux mouvements phares de Zenith, le chronographe automatique *El Primero* et le mouvement automatique extra-plat *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque : les lignes *Chronomaster, Class* et *Port Royal*. Zenith a lancé la collection *Defy*, sa première ligne sportive, en 2006.

Les Montres Dior, dont LVMH est le licencié exclusif, appartiennent à la catégorie des montres de mode. Elles sont fabriquées en Suisse par les Ateliers Horlogers. Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Christal, Sparkling* et *Malice,* sont conçues en parfaite harmonie avec la force créative de la Maison de couture. La ligne *Christal* connaît actuellement une forte croissance.

Chaumet, joaillier depuis 1780, maintient depuis plus de deux siècles un savoir-faire prestigieux tout en imposant un style qui se veut résolument contemporain et se reflète dans toutes ses créations, qu'il s'agisse de pièces de haute joaillerie, de collections de bijoux ou de montres. Le Groupe LVMH a acquis Chaumet en novembre 1999.

Fred (fondé en 1936) est présent dans la haute joaillerie, la joaillerie et l'horlogerie. LVMH a acquis en 1995 une participation de 71 % dans la société, portée à 100 % en 1996. Depuis son arrivée au sein du Groupe, Fred a entrepris un renouvellement complet de sa création, de son image et de sa distribution. Ce renouveau se traduit notamment dans le style audacieux et contemporain de ses créations.

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 est une marque commune à LVMH et De Beers créée en juillet 2001. La société, dont le siège est à Londres, a pour objectif de mettre en place un réseau mondial de boutiques proposant des bijoux sous la marque De Beers. Elle aborde le marché du diamant sous un angle original, tant sur le plan de l'inspiration créative en matière de bijoux que de la conception des points de vente. Les bijoux sont vendus dans les boutiques de Londres, New York et Los Angeles et dans dix « shop in the shop » dans les grands magasins japonais, français et anglais.

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 2006 que 9 % du coût des ventes.

Compte tenu des exigences de très haute qualité, les composants assemblés sont recherchés auprès d'un nombre limité de fournisseurs, suisses pour l'essentiel, à l'exception des cuirs pour les bracelets. En 2006, TAG Heuer a réalisé dans sa propre filiale industrielle Cortech en Suisse près d'un cinquième des boîtes nécessaires à sa production.

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

5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Les activités de Distribution sélective ont pour vocation de promouvoir un environnement approprié à l'image et au statut des marques de luxe. Leurs activités se développent en Europe, en Amérique du Nord 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 le grand magasin parisien Le Bon Marché.

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

En 2006, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 3 891 millions d'euros, soit 25 % des ventes totales de LVMH.

5.1 L'activité « travel retail »

DFS

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

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

Depuis sa création en 1961 en qualité de concessionnaire de produits hors taxes au sein de l'aéroport de Kai Tak à Hong Kong, DFS a acquis une connaissance approfondie des besoins de la clientèle des voyageurs, a bâti de solides partenariats avec les tour operators japonais et internationaux et a considérablement développé son activité, tout particulièrement au sein des destinations touristiques situées dans la région Asie-Pacifique.

La stratégie du groupe DFS est fondée en priorité sur le développement et la promotion de ses magasins Galleria de centre-ville, qui assurent aujourd'hui la majorité de ses ventes.

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

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

Miami Cruiseline

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

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

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

5.2 L'activité « selective retail »

Sephora

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

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie, notamment Marie-Jeannne Godard et les sociétés italiennes Laguna, Boidi et Kharys. Sephora dispose aujourd'hui de 467 magasins en Europe, implantés dans 9 pays. Fin 2004, considérant le niveau de rentabilité actuel et potentiel en Grande-Bretagne, la décision a été prise de fermer le réseau de magasins de ce pays. Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 138 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, sephora.com, et 4 magasins au Canada. Sephora s'est implantée en Chine en 2005 avec l'ouverture de 3 magasins à Shanghai. Au 31 décembre 2006, Sephora dispose de 12 magasins en Chine

Le Bon Marché

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

Le Bon Marché dispose d'un département alimentaire, La Grande Épicerie de Paris. Depuis 1995, il est également propriétaire du magasin Franck et Fils, situé rue de Passy dans le seizième arrondissement de Paris. Au cours des dernières années, un important travail de fond, portant notamment sur la rénovation et la transformation de ses espaces de vente associées à une montée en gamme de son offre commerciale, a permis de renforcer l'identité du Bon Marché. Reconnu pour sa politique d'assortiment et de service très exigeante, Le Bon Marché s'est aujourd'hui imposé comme le grand magasin le plus exclusif et le plus créatif de Paris.

La Samaritaine

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

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

6. AUTRES ACTIVITÉS

En 2006, les Autres activités regroupent le pôle média géré par DI Group (ex Desfossés International). DI Group rassemble les titres de presse française La Tribune, Investir, Connaissance des Arts, Le Monde de la Musique et Défis, ainsi que la station de radio française Radio Classique.

LE GROUPE LVMH

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

		Page
1.	**COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ**	**22**
	1.1 COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT	22
	1.2 VINS ET SPIRITUEUX	24
	1.3 MODE ET MAROQUINERIE	26
	1.4 PARFUMS ET COSMÉTIQUES	29
	1.5 MONTRES ET JOAILLERIE	31
	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	39
4.	**INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS**	**40**
	4.1 DÉPENSES DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION	40
	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
	5.4 ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET DIVERSITÉ	46
	5.5 FORMATION	47
	5.6 HYGIÈNE ET SÉCURITÉ	48
	5.7 RELATIONS PROFESSIONNELLES	48
	5.8 RELATIONS AVEC LES TIERS	49
	5.9 RESPECT DES CONVENTIONS INTERNATIONALES	50
6.	**CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT**	**50**
	6.1 CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU, MATIÈRES PREMIÈRES ET ÉNERGIE	51
	6.2 CONDITIONS D'UTILISATION DES SOLS ; REJETS DANS L'AIR, L'EAU ET LE SOL	53
	6.3 MESURES PRISES POUR LIMITER LES ATTEINTES À L'ÉQUILIBRE BIOLOGIQUE, AUX MILIEUX NATURELS, AUX ESPÈCES ANIMALES ET VÉGÉTALES PROTÉGÉES	56
	6.4 ORGANISATION DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT AU SEIN DU GROUPE	56
7.	**PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES**	**59**
	7.1 PRODUCTION	59
	7.2 DISTRIBUTION	60
	7.3 ÉTABLISSEMENTS ADMINISTRATIFS ET IMMEUBLES LOCATIFS	60
8.	**FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES**	**61**
9.	**ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS A LA CLÔTURE**	**61**
10.	**ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES**	**61**

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LA GESTION DU GROUPE

1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ

1.1 Commentaires sur le compte de résultat

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Vins et Spiritueux	2 994	2 644	2 259
Mode et Maroquinerie	5 222	4 812	4 366
Parfums et Cosmétiques	2 519	2 285	2 128
Montres et Joaillerie	737	585	500
Distribution sélective	3 891	3 648	3 276
Autres activités et éliminations	(57)	(64)	(48)
Total	**15 306**	**13 910**	**12 481**

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Vins et Spiritueux	962	869	813
Mode et Maroquinerie	1 633	1 467	1 309
Parfums et Cosmétiques	222	173	150
Montres et Joaillerie	80	21	(10)
Distribution sélective	400	347	238
Autres activités et éliminations	(125)	(134)	(128)
Total	**3 172**	**2 743**	**2 372**

Les ventes de l'exercice 2006 s'élèvent à 15 306 millions d'euros, en croissance de 10 % par rapport à l'exercice précédent. À devises constantes, la progression est de 11 %.

L'évolution du périmètre des activités consolidées, essentiellement l'arrêt de l'exploitation du grand magasin parisien la Samaritaine en juin 2005, affecte légèrement la comparabilité des ventes des deux exercices. La croissance organique, à structure et taux de change comparables, est de 12 %.

Ventes par zone géographique

(en pourcentage)	2006	2005	2004
France	15	15	16
Europe (hors France)	22	20	20
États-Unis	26	27	27
Japon	13	14	15
Asie (hors Japon)	17	17	15
Autres marchés	7	7	7
Total	**100**	**100**	**100**

La ventilation des ventes entre les différentes devises de facturation évolue peu en 2006 : le poids de l'euro reste stable à 30 % ; de même pour le dollar à 32 % et le Hong Kong dollar à 3 % ; le poids du yen baisse de 2 points, de 15 % à 13 % tandis que le poids des autres devises progresse de 20 % à 22 %.

Par zone géographique, on constate une baisse du poids relatif du Japon dans les ventes du Groupe, de 14 % à 13 %, et des États-Unis qui passent de 27 % à 26 %, en raison principalement de l'évolution des parités de change ; la France, l'Asie hors Japon et les autres marchés restent stables à, respectivement, 15 %, 17 % et 7 %, alors que l'Europe hors France progresse de 2 points à 22 %.

Par activité, la répartition des ventes du Groupe est peu modifiée : la part des Vins et Spiritueux ainsi que celle des Montres et Joaillerie progressent de 1 point, évoluant de 19 % à 20 % et de 4 % à 5 % respectivement ; la Mode et Maroquinerie baisse de 1 point, de 35 % à 34 % ; de même pour la Distribution sélective qui évolue de 26 % à 25 % ; la part des Parfums et Cosmétiques reste inchangée à 16 %.

Les ventes de l'activité Vins et Spiritueux augmentent de 13 % en données publiées ; elles incluent un effet de change négatif de 1 point, la croissance organique étant de 14 %. Le chiffre d'affaires bénéficie de la croissance des volumes de 8 % pour le champagne et de 10 % pour le cognac, ainsi que de la hausse des prix de vente. Par marché, les plus fortes croissances concernent pour le champagne, le Japon et pour le cognac, l'Asie hors Japon, en particulier la Chine continentale ; le marché américain conserve une croissance soutenue, et l'Europe, notamment la Russie, est en forte progression.

La croissance organique des ventes des activités Mode et Maroquinerie est de 11 %, et de 9 % en données publiées. La croissance organique des ventes de Louis Vuitton est à deux chiffres. Fendi confirme un grand dynamisme. L'ensemble des autres marques du groupe d'activités enregistre de belles performances, particulièrement en Europe, en Asie et aux États-Unis.

Les ventes de l'activité Parfums et Cosmétiques enregistrent une croissance organique de 11 % et 10 % en données publiées. Toutes les marques du groupe d'activités sont en progression, en particulier Parfums Christian Dior qui performe sur l'ensemble de ses lignes de produits. Les marques Guerlain et Parfums Givenchy enregistrent également des croissances à deux chiffres.

La croissance organique des activités Montres et Joaillerie est de 28 %, et de 26 % en données publiées. La plus forte progression est réalisée aux États-Unis où TAG Heuer confirme la tendance de 2005. Zenith et Montres Dior ont lancé de nouvelles lignes qui

rencontrent un grand succès. L'activité du joint-venture constitué avec De Beers progresse fortement en liaison avec le développement de son réseau de boutiques, notamment aux États-Unis.

Les ventes de l'activité Distribution sélective progressent de 7 % en données publiées. Les variations du périmètre commercial, en particulier l'arrêt de l'exploitation du grand magasin la Samaritaine en juin 2005 pour raisons de sécurité, ont eu un effet négatif de 2 points sur l'évolution des ventes : la croissance organique ressort ainsi à 9 %. DFS bénéficie du dynamisme du tourisme chinois. Les ventes de Sephora restent soutenues en Europe et leur progression est à deux chiffres, à surfaces comparables, en Amérique du Nord.

Au sein des Autres activités, les ventes du pôle Média gérées par DI Group sont en croissance par rapport à 2005.

La marge brute du Groupe s'élève à 9 825 millions d'euros, en augmentation de 10 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes reste stable à 64 %.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 5 364 millions d'euros, sont en progression de 10 % et de 11 % à taux de change et périmètre constants. Les charges commerciales représentent 35 % du montant des ventes, un niveau identique à celui enregistré en 2005. Outre le renforcement des investissements en communication des principales marques, cette augmentation provient du développement des réseaux de distribution, principalement ceux de Louis Vuitton, Fendi et Sephora.

L'implantation géographique des magasins évolue comme suit :

(en nombre)	**2006**	2005	2004
France	288	278	278
Europe (hors France)	456	422	413
États-Unis	394	365	345
Japon	278	262	252
Asie (hors Japon)	363	329	338
Autres marchés	80	67	67
Total	**1 859**	**1 723**	**1 693**

Les charges administratives sont de 1 289 millions d'euros, en hausse de 1 % en données publiées, et de 2 % à devises et périmètre comparables. Elles représentent 8 % des ventes soit 1 point de baisse par rapport à 2005. La maîtrise des charges administratives est le résultat des efforts de productivité poursuivis depuis plusieurs années.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 3 172 millions d'euros, soit une croissance de 16 % par rapport à 2005. Le taux de marge opérationnelle courante sur ventes du Groupe s'établit à 21 %. Cette progression de 1 point par rapport à 2005 traduit un rythme d'augmentation des charges commerciales en ligne avec celui des ventes et une maîtrise des coûts de revient des produits vendus et des charges administratives. Elle traduit également la forte amélioration de la profitabilité de l'activité Montres et Joaillerie (plus 7 points, à 11 %) et, dans une moindre mesure, celle des activités Parfums et Cosmétiques (plus 1 point, à 9 %), Mode et Maroquinerie (plus 1 point, à 31 %) et Distribution sélective (plus 1 point, à 10 %).

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à l'exercice précédent, est négatif de 97 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. À devises et effets de couverture de change constants, la progression du résultat opérationnel courant du Groupe est de 19 %.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Vins et Spiritueux s'établit à 962 millions d'euros, en croissance de 11 % par rapport à 2005. Cette performance résulte de l'augmentation des ventes en volume et d'une politique de hausse des prix conforme au positionnement haut de gamme des produits du Groupe. Ces hausses de prix, conjuguées à la maîtrise des coûts, permettent de compenser l'effet négatif des variations monétaires sur les résultats de cette activité et le nécessaire renforcement des investissements publi-promotionnels ciblés sur les marchés stratégiques. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de cette activité, bien qu'en légère érosion de 1 point, reste élevé à 32 %.

L'activité Mode et Maroquinerie enregistre un résultat opérationnel courant de 1 633 millions d'euros, en croissance de 11 % par rapport à l'exercice précédent. Les variations monétaires ont eu un effet négatif sur les résultats de cette activité. Cet effet est compensé par la croissance des résultats de Louis Vuitton dont la profitabilité se situe à un niveau très élevé et par l'amélioration des performances des autres marques.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Parfums et Cosmétiques est de 222 millions d'euros, soit une progression de 28 % par rapport à 2005. Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy améliorent fortement leurs résultats, grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. 2006 confirme en outre le fort potentiel de BeneFit Cosmetics dont le développement rapide s'accompagne d'une profitabilité élevée.

Le résultat opérationnel courant des Montres et Joaillerie passe de 21 millions d'euros en 2005 à 80 millions d'euros en 2006, grâce à la forte croissance de TAG Heuer et à l'amélioration des performances des autres marques.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Distribution sélective est de 400 millions d'euros, soit une croissance de 15 % par rapport à 2005. La profitabilité de Sephora continue de progresser à la fois en Europe et aux États-Unis. Dans un contexte de baisse des dépenses des touristes japonais, DFS maintient son niveau de

profitabilité en raison de la montée en puissance du tourisme en provenance de Chine et de la poursuite de la maîtrise des charges opérationnelles. Le Bon Marché s'impose comme le magasin de référence du luxe et du prestige au cœur de Paris ; son niveau de profitabilité déjà élevé continue de progresser.

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations s'établit à - 125 millions d'euros ; il était de - 134 millions d'euros en 2005. Outre les frais de siège, la rubrique Autres activités intègre également le pôle Média.

Les autres produits et charges opérationnels s'établissent à - 120 millions d'euros contre - 221 millions d'euros en 2005. Cette rubrique incluait en 2005 des charges exceptionnelles de 179 millions d'euros liées à la nécessité de fermer au public le grand magasin parisien de la Samaritaine pour la réalisation d'importants travaux de mise en sécurité et conformité. En 2006, au-delà des amortissements ou dépréciations accélérées d'immobilisations qui représentent 28 millions d'euros, les autres produits et charges opérationnels représentent à hauteur de 63 millions d'euros le coût de réorganisations commerciales ou industrielles ; le solde de 29 millions d'euros est constitué de diverses charges ou provisions, à caractère non récurrent.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 3 052 millions d'euros, en croissance de 21 % par rapport à 2005.

Le résultat financier de l'exercice s'établit à - 53 millions d'euros ; il était de - 143 millions d'euros pour l'exercice précédent.

Le coût global de la dette financière nette a été ramené à 173 millions d'euros en 2006 contre 188 millions d'euros en 2005. La charge d'intérêts de la dette comprise dans ce chiffre est en diminution de 9 millions d'euros à 180 millions d'euros, reflétant deux évolutions contraires : la baisse du montant de la dette financière nette, et les effets défavorables de la hausse des taux sur la charge financière de la dette à taux variable. Le solde correspond à la variation de valeur de marché des instruments de couverture de taux.

Les autres produits financiers sont de 120 millions d'euros, à comparer à 45 millions d'euros en 2005. Le coût financier des opérations de change a un effet négatif de 45 millions d'euros en 2006, il était également négatif en 2005 à hauteur de 106 millions d'euros. Les plus-values provenant de la cession de divers investissements et placements financiers et les dividendes reçus de participations non consolidées sont en augmentation de 13 millions d'euros à 185 millions d'euros.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 28 % contre 30 % en 2005. La charge fiscale de l'exercice 2005 avait été affectée par la modification du régime fiscal des Titres à Durée Indéterminée apportée par la Loi de Finances 2006. L'exercice 2006 bénéficie de la fiscalité réduite applicable en France à certaines cessions d'investissements financiers.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence s'établit à 8 millions d'euros en 2006 contre 7 millions d'euros en 2005.

La part des intérêts minoritaires dans le résultat est de 281 millions d'euros ; elle était de 228 millions d'euros en 2005. Il s'agit principalement des intérêts minoritaires dans les résultats de Moët Hennessy et de DFS ; en 2005, ces montants étaient partiellement compensés par l'effet des charges et provisions comptabilisées au titre de la Samaritaine.

À fin décembre 2006, le résultat net part du Groupe s'élève à 1 879 millions d'euros, en croissance de 30 % par rapport à l'exercice précédent ; il représente 12 % des ventes de l'exercice en augmentation de deux points par rapport à 2005.

1.2 Vins et Spiritueux

	2006	2005	2004
Ventes en volume *(en millions de bouteilles)*			
Champagne	59,9	55,2	53,0
Cognac	55,3	50,5	46,5
Autres spiritueux	26,6	27,9	6,0
Vins tranquilles et pétillants	34,5	31,8	30,6
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	8	9	9
Europe (hors France)	28	27	26
États-Unis	31	33	35
Japon	9	9	9
Asie (hors Japon)	15	13	12
Autres marchés	9	9	9
Total	100	100	100
Ventes *(en millions d'euros)*	2 994	2 644	2 259
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	962	869	813
Marge opérationnelle *(en %)*	32	33	36
Investissements opérationnels *(en millions d'euros)*	104	97	70

Faits marquants

Le groupe d'activités Vins et Spiritueux enregistre une croissance organique de ses ventes de 14 %. La dynamique des marques s'illustre à la fois par leur progression dans les pays clés et par des avancées rapides que soutiennent les investissements dédiés aux nouveaux marchés. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 11 %.

Les volumes de champagne et de cognac progressent respectivement de 8 % et 10 % dans un contexte de croissance des prix et de nouvelle amélioration du mix produits en faveur des cuvées et qualités premium.

La croissance en Chine confirme le potentiel de cet immense marché, en particulier pour Hennessy, dont le X.O s'affirme comme le leader incontestable de sa catégorie.

L'année 2006 est marquée par une exceptionnelle dynamique d'innovation déployée au sein des marques et par des efforts soutenus pour la mise en œuvre de communications fortes et ciblées.

Le réseau de distribution de Moët Hennessy, qui constitue un avantage concurrentiel majeur, a de nouveau été renforcé, notamment en Russie, marché à fort potentiel.

Principaux développements

Champagne et Vins

Moët & Chandon renforce son leadership mondial en 2006 en réalisant de solides performances sur ses marchés traditionnels, mais aussi des croissances à deux chiffres sur des marchés prometteurs tels que l'Europe Centrale et la Chine. Une dynamique particulièrement remarquable au Japon résulte des investissements soutenus réalisés pour développer la marque sur ce marché à fort potentiel. La croissance enregistrée par ses champagnes rosés – Rosé Impérial et Nectar Rosé aux États-Unis – permet de confirmer la position incontournable de Moët & Chandon sur ce segment très porteur.

La marque a activement poursuivi le déploiement de sa campagne de communication « Be Fabulous » au Japon et aux États-Unis. À cette occasion, New York a vécu un événement exceptionnel au cours duquel Moët & Chandon a illuminé la Statue de la Liberté qui fêtait ses 120 ans en 2006.

Dom Pérignon accomplit d'excellentes performances, dans un contexte de hausse des prix, sur ses trois grands marchés, États-Unis, Europe et Japon. L'année 2006 a été marquée par le lancement international du Dom Pérignon Rosé 1996, accueilli avec grand enthousiasme. À cette occasion, Dom Pérignon s'est associée au créateur Karl Lagerfeld pour la première campagne de communication Rosé de son histoire.

Ruinart réalise une année record et recueille les fruits de sa stratégie privilégiant les qualités premium et les cuvées de prestige. En 2006, leur contribution dépasse 40 % des ventes totales de la marque. Ruinart a continué d'étendre sa présence à l'international, particulièrement aux 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 poursuit ses avancées dans toutes ses zones géographiques clés et enregistre en 2006 de nouveaux records de ventes. La dynamique de Veuve Clicquot est alimentée par la progression du célèbre Brut à l'étiquette orange, la forte croissance de sa cuvée de prestige La Grande Dame et le succès du lancement international de Veuve Clicquot Rosé à Paris, puis dans toutes les grandes capitales. La marque conforte sa position premium par des augmentations de prix et confirme le succès de sa stratégie de création de valeur.

Les investissements ciblés de **Krug** sur ses marchés stratégiques, la mise en valeur de son positionnement unique par sa communication globale, les éloges émanant de la presse internationale spécialisée suscitent une demande accrue des consommateurs qui installe la marque dans une dynamique de croissance en volume et en valeur.

Estates & Wines, qui regroupe depuis 2004 les vins pétillants et tranquilles du groupe d'activités Vins et Spiritueux, enregistre pour la troisième année consécutive une forte croissance de son résultat. Fondant leur développement sur une politique d'excellence et d'innovation, toutes les marques du portefeuille ont progressé sur leurs marchés domestiques et à l'international. Les États-Unis, premier marché mondial du vin en valeur, le Japon et l'Angleterre, pays qui bénéficient d'une progression continue de la demande de vins haut de gamme, ont connu les plus fortes croissances.

L'année 2006 permet à **Château d'Yquem** de réaffirmer son statut de plus prestigieux des vins de Sauternes. Le millésime 2002 a reçu un accueil remarquable lors de sa mise sur le marché et l'engouement suscité auprès des spécialistes par le primeur 2005 a été relayé par tous les acheteurs sur les marchés internationaux. C'est au sein du Château, dont la rénovation s'est achevée en début d'année 2006, que s'est ouverte, au cours d'une soirée prestigieuse, la traditionnelle semaine de présentation des Primeurs 2005.

Cognac et Spiritueux

Hennessy, leader mondial incontesté du cognac, accentue sa croissance en volume en 2006. Cette dynamique a concerné l'ensemble de ses produits et ses qualités supérieures ont enregistré d'excellentes progressions. La marque a réalisé de fortes performances sur ses marchés stratégiques, les États-Unis et la Chine tout particulièrement, deux marchés où Hennessy bénéficie de forts investissements en communication.

Aux États-Unis, premier marché contributeur de la Maison, Hennessy renforce ainsi sa position de leader en volume et en valeur de la catégorie cognac. La marque s'est appuyée sur plusieurs leviers de croissance. Elle a intensifié les opérations de communication dans les points de vente sélectifs et les programmes innovants fondés sur une ritualisation de la dégustation dans les établissements haut de gamme. Elle a élargi sa base de consommateurs grâce à des moyens publi-promotionnels accrus. Une campagne publicitaire de grande envergure à la télévision et dans la presse américaine intitulée « Pure Character » a ainsi accru la visibilité du cognac Hennessy V.S. La mobilisation des équipes de distribution nord-américaines a soutenu la mise en œuvre de ces opérations.

En Asie, l'année 2006 confirme une croissance forte, tout particulièrement en Chine, premier marché mondial pour l'ensemble des produits de qualité supérieure : V.S.O.P, X.O et gamme Prestige. La marque a su concilier croissance des volumes et des profits sur le marché chinois. Au Japon, où le marché des

spiritueux bruns premium est encore déprimé, Hennessy maintient sa stratégie en valeur axée sur le X.O et la gamme Prestige qui enregistrent des croissances en volume à deux chiffres.

Confirmant son potentiel, la Russie se positionne comme le troisième pilier de croissance d'Hennessy après les États-Unis et la Chine. Le cognac Hennessy V.S maintient son exceptionnelle part de marché en Irlande.

L'année 2006 a donné lieu au lancement d'*Hennessy Artistry*, un plan de communication mondial exceptionnel par son concept et son impact médiatique, qui sera déployé sur trois ans.

La vodka **Belvedere** connaît en 2006 une croissance soutenue aux États-Unis et accélère sa percée dans les autres pays. L'arrivée d'une nouvelle équipe de management a permis de renforcer sa stratégie et de lancer une nouvelle campagne publicitaire. La vodka Chopin a renouvelé son packaging et a mis en place un programme de communication pour accélérer son développement.

La marque **10 Cane**, premier rhum de luxe élaboré à Trinidad, continue de construire sélectivement sa présence aux États-Unis. Sa distribution sera étendue au Royaume-Uni, en France et aux Caraïbes en 2007.

Les marques du groupe Glenmorangie, dont le réseau de Moët Hennessy a poursuivi le redéploiement, ont connu en 2006 une excellente croissance en volume et en valeur. **Glenmorangie**, renforce sa position en Amérique du Nord et en Europe et développe sa présence en Asie-Pacifique. **Ardbeg**, malt de référence élaboré sur l'île d'Islay, a augmenté en valeur sur tous ses marchés prioritaires.

Politique d'innovation

Les nombreux développements et initiatives de l'année 2006 illustrent remarquablement la forte culture d'innovation que partagent les sociétés du groupe Vins et Spiritueux.

Parmi les produits nouveaux, on notera le lancement par Veuve Clicquot de deux millésimes rares de 18 et 21 ans d'âge présentés en « Cellar Box », un écrin-cave totalement novateur ; la création d'une demie bouteille de Krug Rosé, format exceptionnel pour une cuvée premium ; le lancement de la Collection Prestige Ruinart accompagnée d'une cuillère en argent, création de la designer India Mahdavi. Hennessy, pionnier dans l'art des assemblages, a lancé un programme mondial, *The Art of Mixing*, proposant 28 recettes de cocktails et de long drinks autour de ses produits V.S et V.S.O.P.

Un important travail a également été opéré sur les packagings : la gamme Moët & Chandon, Dom Ruinart, Hennessy V.S, V.S.O.P Privilège et X.O ont été dotés de nouveaux habillages.

Les éditions limitées, créations et animations à forte valeur ajoutée, permettent aux marques d'exprimer leur dynamisme créatif. Moët & Chandon a connu un succès remarquable avec ses « Flowers » qui ont pris en 2006 les couleurs du Rosé Impérial ou encore les bouteilles et grands flaconnages « Star of the Night » scintillants de cristaux de Swarovski pour les fêtes de fin d'année. Dans la lignée des créations audacieuses de Veuve Clicquot, l'édition limitée conçue pour La Grande Dame 1998 est signée Andrée Putman.

Perspectives

Les marques de Vins et Spiritueux poursuivront en 2007 leur stratégie de valeur et leur politique d'innovation.

Moët Hennessy continuera de développer son réseau mondial de distribution et renforcera sa présence internationale, en particulier en Russie, en Chine et au Vietnam. Porté par des équipes ambitieuses et expérimentées, fort de marques prestigieuses et en pleine expansion, le groupe d'activités a en main les meilleurs atouts pour poursuivre une croissance rentable et pour renforcer son leadership sur le marché des vins et spiritueux de prestige.

1.3 Mode et Maroquinerie

	2006	2005	2004
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	9	9	10
Europe (hors France)	19	17	16
États-Unis	21	22	22
Japon	26	30	31
Asie (hors Japon)	20	18	16
Autres marchés	5	4	5
Total	**100**	**100**	**100**
Ventes *(en millions d'euros)*	**5 222**	**4 812**	**4 366**
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	50	50	46
Ventes de gros	36	35	38
Licences	7	8	8
Autres	7	7	8
Total	**100**	**100**	**100**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**1 633**	**1 467**	**1 309**
Marge opérationnelle *(en %)*	**31**	**30**	**30**
Nombre de magasins			
Louis Vuitton	368	345	340
Autres	586	546	556
Investissements opérationnels *(en millions d'euros)*	**319**	**281**	**248**

Faits marquants

Le groupe Mode et Maroquinerie enregistre en 2006 une croissance organique de ses ventes de 11 % et une progression de 11 % de son résultat opérationnel courant.

Les marques de mode et maroquinerie investissent fortement pour développer leur présence dans le monde : le réseau mondial de distribution du groupe d'activités représente 954 magasins au 31 décembre 2006.

Louis Vuitton renforce son leadership avec de remarquables performances sur tous les continents. Portée par le succès de ses produits phares et de ses nouvelles créations, la marque connaît un développement particulièrement dynamique de ses clientèles européenne, chinoise et coréenne.

Confirmant la tendance enregistrée en 2005, Fendi réalise une excellente année 2006, marquée par la forte croissance de l'ensemble de ses catégories de produits et une nouvelle amélioration de sa rentabilité.

Principaux développements

Louis Vuitton

Louis Vuitton poursuit une croissance organique à deux chiffres de ses ventes. Dans toutes les régions du monde, Europe, Asie, Amérique, la marque bénéficie de la forte demande de ses clientèles locales. Des progressions particulièrement remarquables sont réalisées en Europe Occidentale et Centrale et au sein des pays asiatiques comme la Chine et la Corée. Dans un contexte monétaire difficile qui pénalise le pouvoir d'achat des voyageurs japonais – faiblesse du yen tout au long de l'année –, l'évolution des ventes liées au tourisme reflète la montée en puissance de nouvelles clientèles en provenance de Chine Continentale, des pays de l'Est européen et du Moyen-Orient.

Louis Vuitton a fortement développé son réseau de distribution, réalisant plusieurs rénovations marquantes et 23 ouvertures nettes, ce qui porte à 368 le nombre de ses magasins dans le monde au 31 décembre 2006. L'inauguration de la Maison Louis Vuitton de Taipei, celle du magasin de Macau Wynn et l'implantation au sein de nouveaux territoires, Ukraine (Kiev), Hongrie (Budapest) et Norvège (Oslo) sont quelques uns des temps forts de l'année 2006.

En termes de développement produits, l'année 2006 restera marquée par une dynamique exceptionnelle d'innovation et de mise en valeur des produits icônes de Louis Vuitton. Celle-ci est illustrée par le succès des nouvelles lignes de maroquinerie *Suede*, *Monogram Perforé*, *Mini Lin*, *Monogram Groom* et *Monogram Miroir*, ainsi que des nouvelles couleurs de la ligne *Monogram Denim*. À noter tout particulièrement les excellentes performances de la ligne historique *Damier* et l'accueil remarquable dont bénéficie sa nouvelle déclinaison *Damier Azur*. Louis Vuitton a poursuivi le développement de ses lignes de montres et joaillerie. Les collections de prêt-à-porter, de souliers et de lunettes enregistrent également des progressions significatives.

Louis Vuitton a maintenu d'importants efforts pour la communication et l'image de sa marque à travers le monde. Outre le développement de sa présence dans les médias au travers de deux campagnes à fort impact, une série d'événements rappelant les liens solides entretenus par Louis Vuitton avec le monde de l'art ont émaillé l'année 2006 : l'ouverture de l'Espace culturel de la Maison des Champs-Élysées a permis d'organiser trois expositions au cours de l'année, dont une sur les produits icônes de Louis Vuitton librement réinterprétés par neuf créateurs contemporains ; une œuvre de l'artiste Oliafur Eliasson a été installée dans la Maison Louis Vuitton de New York, puis le travail de l'artiste a été exposé dans les vitrines de tous les magasins durant la période des fêtes. Le déroulement des régates préliminaires de la Louis Vuitton Cup à Valence en Espagne et le rallye d'automobiles classiques Louis Vuitton Classic Boheme Run, qui a sillonné le cœur de l'Europe de Budapest à Prague en passant par Vienne, sont d'autres événements ayant contribué à renforcer la communication de la marque dans ses aspects les plus prestigieux.

Fendi

Forte croissance des ventes et nouvelle progression de la rentabilité : **Fendi** réalise une année historique, dans la continuité de l'excellente tendance qui avait déjà caractérisé l'exercice 2005.

Les avancées de la marque italienne, remarquables en Europe et en Asie, sont particulièrement exceptionnelles aux États-Unis. Fendi a fortement développé son réseau de distribution, ouvrant au cours de l'année 21 nouveaux magasins dans le monde, dont 10 boutiques au sein des prestigieux grands magasins américains Saks et Bloomingdales. Elle a inauguré son implantation au Koweit, en Allemagne, à Macao et en Inde. Un grand nombre de magasins ont bénéficié d'un aménagement s'inspirant du concept d'architecture intérieure créé initialement pour le « Palazzo » romain, navire amiral de Fendi en Europe.

Toutes les catégories de produits ont enregistré une forte croissance. La cohérence des collections, renforcée et favorisée par le regroupement de toutes les forces créatives de la Maison au sein du « Palazzo », a fortement contribué aux succès enregistrés. Les collections de prêt-à-porter créées par Karl Lagerfeld, les souliers et les lunettes connaissent désormais un essor remarquable. Le développement accéléré des lignes de maroquinerie conçues par Silvia Fendi a donné d'excellents résultats, tout particulièrement de la part des lignes *Spy*, *B-Fendi*, ainsi que *Chef & Bag-de-jour*.

Autres marques

Donna Karan, marque icône aux États-Unis, poursuit sa stratégie dont les axes majeurs sont le renforcement de ses créations et la mise en place d'un nouveau concept de boutiques exclusives. Les collections de prêt-à-porter féminin (la ligne de luxe *Collection* et la ligne plus active *DKNY*) enregistrent une bonne croissance. La marque bénéficie du démarrage très prometteur de la fragrance *Gold Donna Karan* et du succès des lignes de vêtements et d'accessoires qui s'en inspirent. En 2006, Donna Karan améliore de nouveau sa rentabilité.

L'année 2006 a été marquée par l'arrivée d'un nouveau Président, Monsieur Mark Weber, également nommé Président de LVMH Inc. (États-Unis) et qui se voit confier la responsabilité opérationnelle de Thomas Pink au plan mondial.

Celine poursuit sa réorganisation en se concentrant sur ses axes prioritaires liés au développement de ses produits de maroquinerie et des souliers. Cette stratégie est illustrée, entre autres initiatives, par le lancement d'une nouvelle ligne de maroquinerie d'une très grande qualité, *Bittersweet*. Les collections de prêt-à-porter créées par Ivana Omazic, Directrice artistique depuis 2005, bénéficient d'un succès encourageant. La marque investit pour sa distribution au Japon, en Asie et en Europe. En 2006, elle a rénové ses magasins phares à Monaco et à Milan en inaugurant un nouveau concept.

Loewe, prestigieuse marque espagnole, continue de capitaliser sur ses racines et son savoir-faire unique dans le travail des cuirs les plus nobles. La marque enregistre une bonne progression de ses ventes et de sa rentabilité grâce aux performances de ses lignes phares de maroquinerie, *Senda* et *Amazona*, auxquelles s'est ajoutée en 2006 une ligne *Loewe160* créée pour célébrer son 160e anniversaire. Elle a renforcé ses investissements en communication et lance une nouvelle campagne dont les différentes déclinaisons illustrent particulièrement le style de vie élégant et raffiné qui constitue son territoire d'expression.

Kenzo réalise une progression de ses ventes et de son résultat opérationnel courant. La marque continue d'enregistrer les retombées positives du travail de Direction artistique d'Antonio Marras et de la cohérence créative qu'il a permis de renforcer en s'impliquant progressivement dans les différents territoires d'expression de la Maison. Les nouvelles collections de prêt-à-porter confirment leur succès commercial et les lignes de maroquinerie réalisent une bonne progression. La réouverture du magasin historique de la place des Victoires à Paris en juillet 2006 a connu un vif succès et a généré de nombreux échos dans les media. Le nouveau concept inauguré à cette occasion a vocation à être étendu progressivement aux autres boutiques de la marque en France et à l'étranger.

En 2006, **Givenchy** bénéficie du succès de ses collections Femme : le renouveau stylistique entraîne de très fortes retombées presse et une hausse soutenue des ventes de haute couture et de prêt-à-porter. Les ventes d'accessoires, dont la création est en cours de renforcement, sont aussi en progression sensible avec, en particulier, le bon écho dont bénéficie la ligne *Nightingale*.

Thomas Pink, spécialiste britannique de la chemise haut de gamme, a ouvert deux nouveaux magasins, en Grande-Bretagne et aux États-Unis, en 2006. La marque enregistre une hausse de ses ventes, grâce en particulier au développement de ses lignes féminines et prépare de nouvelles ouvertures aux États-Unis où elle dispose d'un bon potentiel.

Marc Jacobs poursuit sa forte croissance grâce au succès grandissant de ses collections de prêt-à-porter. Chacun de ses défilés crée l'événement à New York. La deuxième ligne *Marc by Marc Jacobs* suscite une demande particulièrement soutenue. Afin d'exploiter le fort potentiel de la marque, un important effort créatif a été mené pour développer ses deux lignes de maroquinerie. Deux collections de souliers complétant l'offre directe de Marc Jacobs connaissent un réel succès dès les premières saisons. Marc Jacobs poursuit l'extension de son réseau de distribution. L'ouverture de la boutique du Palais Royal à Paris, première implantation en Europe, et celle du magasin *Marc by Marc Jacobs* à San Francisco sont deux temps forts de l'année 2006.

Pour **Pucci**, l'année 2006 a essentiellement été marquée par l'évolution stylistique apportée par son nouveau créateur, Matthew Williamson. Le réseau de boutiques de la marque italienne (23 magasins au 31 décembre) enregistre une progression des ventes de prêt-à-porter. Pucci a ouvert deux nouveaux magasins, au Japon et en Californie, et deux boutiques en franchise, au Koweit et en Malaisie, au cours de l'année.

Berluti réalise une année record, marquée par la poursuite d'une forte croissance de ses ventes, un excellent démarrage aux États-Unis, l'ouverture d'une sixième boutique au Japon et l'extension du magasin historique de la rue Marbeuf à Paris. La marque a lancé *Indio*, une nouvelle collection de souliers, tout en poursuivant l'animation de ses lignes icônes avec la série limitée *Démesures* et les nouveaux *Tatoués*. La ligne de bagages de création récente a également été développée et fait l'objet d'une campagne de communication afin de développer la notoriété de Berluti dans ce domaine.

Perspectives

L'année 2007 sera fertile en développements créatifs pour Louis Vuitton. Cette dynamique s'illustrera à la fois dans l'enrichissement des lignes permanentes, en particulier *Monogram*, *Damier*, *Monogram Multico*, *Denim* et *Epi*, et dans le lancement de nouveaux produits issus des défilés. Afin de soutenir ces développements en production, Louis Vuitton poursuivra ses efforts en termes de productivité et de logistique.

La marque continuera l'expansion et la rénovation de son réseau de magasins avec une vingtaine d'ouvertures réalisées dans l'ensemble des régions du monde et s'implantera dans plusieurs nouveaux pays.

Louis Vuitton placera l'année 2007 sous le signe du voyage, en accord avec ses racines et son territoire d'expression historique, et maintiendra d'importants efforts de communication. Lancée en février 2007, la campagne printemps-été 2007 sera incarnée par l'actrice américaine Scarlett Johansson. Enfin, l'année 2007 sera celle de la LV Cup et de l'America's Cup, l'un des événements les plus prestigieux du monde du sport, qui placera Louis Vuitton sous le feu des projecteurs et donnera lieu au lancement d'une ligne *Louis Vuitton Cup*.

Fendi, désormais installée dans une dynamique de croissance profitable, développera l'ensemble de ses catégories de produits,

lancera une nouvelle ligne de maroquinerie à fort potentiel et abordera de nouveaux territoires avec, en particulier, la naissance d'un parfum.

Les autres marques du groupe d'activités Mode et Maroquinerie accentueront les efforts déployés pour adapter leur modèle de développement, affermir leur progression en capitalisant sur leur identité propre et accroître leur contribution économique aux résultats d'ensemble.

1.4 Parfums et Cosmétiques

	2006	2005	2004
Ventes par ligne de produits *(en %)*			
Parfums	52	53	56
Maquillage	28	28	27
Produits de soins	20	19	17
Total	**100**	**100**	**100**
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	17	18	19
Europe (hors France)	41	40	40
États-Unis	9	9	9
Japon	7	8	8
Asie (hors Japon)	13	11	10
Autres marchés	13	14	14
Total	**100**	**100**	**100**
Ventes *(en millions d'euros)*	**2 519**	**2 285**	**2 128**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**222**	**173**	**150**
Marge opérationnelle *(en %)*	**8,8**	**7,6**	**7,0**
Investissements opérationnels *(en millions d'euros)*	**98**	**115**	**85**
Nombre de magasins	**48**	**43**	**43**

Faits marquants

Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance organique de ses ventes de 11 %, démontrant une dynamique exceptionnelle dans son univers concurrentiel. Son résultat opérationnel courant s'établit en hausse de 28 %.

La croissance de l'activité, à laquelle contribuent toutes les marques du groupe et tous les axes produits, est alimentée à la fois par les lignes phares et par une forte dynamique d'innovation.

S'appuyant sur un positionnement toujours plus sélectif, les grandes marques françaises du portefeuille gagnent des parts de marché. Elles enregistrent une forte hausse des ventes aux États-Unis et en Europe et réalisent des performances exceptionnelles en Asie où réside un très important gisement de croissance.

Les marques de cosmétiques entrées plus récemment dans le groupe d'activités poursuivent leur développement dans leurs créneaux de marché respectifs et étendent leur implantation sur de nouveaux territoires géographiques.

Principaux développements

En 2006, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques accroît significativement ses performances par rapport à une année 2005 qui avait déjà connu une forte dynamique. Toutes les marques contribuent à la croissance des ventes. La progression du résultat opérationnel courant est supérieure aux objectifs, et ce dans un contexte d'augmentation des investissements en communication.

Fortes de leur image d'excellence, les grandes marques françaises continuent de gagner des parts de marché en s'appuyant à la fois sur l'innovation et sur le succès pérenne de leurs gammes et produits icônes. L'ensemble constitué par les marques entrées plus récemment dans le portefeuille du groupe d'activités poursuit un développement soutenu.

Parfums Christian Dior

Parfums Christian Dior poursuit sa croissance rapide et profitable avec un développement soutenu de toutes ses catégories de produits et de fortes performances dans toutes les zones géographiques. La marque phare du groupe d'activités confirme son statut de leader de la croissance au sein de son univers concurrentiel. Cette réussite résulte d'une stratégie de différenciation résolument orientée vers le haut de gamme du circuit sélectif et jouant sur les synergies développées avec la couture. Parfums Christian Dior gagne des parts de marché au sein des grands pays consommateurs – en Europe et aux États-Unis, ses ventes enregistrent ainsi des croissances à deux chiffres – et accroît ses positions dans les marchés émergents, tels que la Chine, la Russie ou le Moyen-Orient, où elle réalise de très fortes avancées.

Dans le domaine du parfum, sans avoir procédé à un lancement majeur en 2006, Dior a assuré sa croissance grâce à la qualité et la vitalité de ses grands classiques, piliers de son développement. *J'Adore*, dont la communication est incarnée par Charlize Theron, poursuit une carrière exceptionnelle ; *Miss Dior Chérie*, créé en 2005, confirme sa réussite. Ces deux fragrances ont été déclinées en versions « extraits » en 2006. Le parfum *Dior Addict* fait également preuve d'une remarquable dynamique.

L'axe maquillage, en forte progression, a bénéficié, entre autres faits marquants, du lancement très réussi du nouveau *Rouge* Dior, incarné par Monica Bellucci, du développement du fond de teint *Diorskin* et de la forte demande dont bénéficient les lignes *Collection* et *Backstage*, issues des tendances des défilés de Dior Couture.

La forte croissance de l'axe soin résulte particulièrement des performances de la gamme pilier *Capture* et du remarquable succès de *Capture Totale*, un soin d'exception, dont l'ambassadrice est Sharon Stone. *Capture Totale* a permis à Dior de considérablement

affirmer son expertise et de renforcer ses positions sur le segment très porteur de l'anti-âge. La gamme *Hydraction*, lancée en 2005 sur le segment de l'hydratation de la peau, a également fortement progressé. À noter aussi le lancement en octobre d'une très belle ligne de six soins pour hommes, *Dermo System*, fondée sur deux actifs brevetés.

Dans un contexte de hausse des investissements consacrés à la communication de ses produits, la croissance des ventes a permis à Parfums Christian Dior d'augmenter à nouveau sa rentabilité.

Guerlain

Guerlain confirme son dynamisme et la pertinence de sa stratégie de mise en avant de son statut de grand parfumeur en réalisant des taux de progression supérieurs à ceux du marché. Les performances de l'année 2006 sont excellentes dans l'ensemble de ses marchés prioritaires et entraînent une nouvelle et forte amélioration de la rentabilité de Guerlain.

Les ventes, alimentées par une vigoureuse politique d'innovation, ont enregistré des croissances à deux chiffres dans tous les axes, parfum, maquillage et soin. Porté par le succès mondial du produit premium *Orchidée Impériale*, lancé en début d'année, et par la progression de la ligne SuperAqua, le soin réalise la plus forte avancée. Dans le domaine du parfum, Guerlain a bénéficié du lancement d'*Insolence* au second semestre : le nouveau grand parfum féminin de la Maison a reçu un accueil extrêmement favorable, tant en France que dans les pays anglo-saxons où il a bénéficié de la notoriété de son égérie, Hilary Swank. En parallèle à ce lancement phare, rééditions de parfums mythiques et nouvelles créations en série limitée ont émaillé l'année 2006, illustrant le savoir-faire unique de la Maison. Enfin, les lignes stars de Guerlain, *KissKiss* et *Terracotta*, ont particulièrement contribué à sa croissance, pour la troisième année consécutive, sur l'axe maquillage.

Après le 68 Champs-Élysées, magnifiquement rénové en 2005, Guerlain a remodelé sa Maison et son institut de la rive gauche à Paris, rue de Sèvres. Par ailleurs, la poursuite du déploiement du nouveau concept de comptoir de ventes au sein des grands magasins a connu un succès supérieur aux prévisions.

Autres marques

Parfums Givenchy a confirmé son nouvel élan en 2006 avec une croissance à deux chiffres de ses ventes et une amélioration de son résultat opérationnel qui s'inscrit au-delà des objectifs initiaux de l'année.

La marque a fortement progressé au plan mondial, avec des performances particulièrement remarquables en France, dans d'autres marchés européens et en Russie, tout en continuant à renforcer sa présence au Moyen-Orient et en Amérique Latine et en préparant son implantation en Chine.

Le début d'année a été marqué par le lancement de versions millésimées des parfums *Amarige*, *Organza* et *Very Irresistible Givenchy*. Le nouveau parfum féminin *Ange ou Démon*, lancé au second semestre dans une dizaine de pays seulement, a enregistré des résultats très prometteurs.

Parfums Kenzo a connu une belle croissance en 2006, avec un développement particulièrement fort en Europe et en Amérique, ainsi que de bonnes performances en Russie. La croissance de la marque a été portée par l'excellent accueil réservé au lancement de *KenzoAmour*. Cette nouvelle fragrance, sublimée par des éléments créatifs d'une grande originalité, souligne les valeurs uniques de poésie incarnées par Kenzo. Elle s'installe rapidement aux côtés de *FlowerbyKenzo*, devenu un classique de la parfumerie.

L'année 2006 confirme à nouveau le fort potentiel de **BeneFit Cosmetics** dont le développement rapide s'accompagne d'un niveau de profitabilité très élevé. Aux États-Unis, son pays d'origine, la marque jouit d'un taux de croissance exceptionnel et s'impose comme l'un des leaders du maquillage. Au Royaume-Uni, son principal marché européen, elle étend son réseau de boutiques en propre avec des résultats très supérieurs aux attentes et elle accentue fortement sa croissance en France. En 2006, un premier point de vente a été ouvert avec succès en Espagne et l'implantation de la marque en Asie, inaugurée en Corée, s'est poursuivie à Hong Kong et Taiwan avec des résultats prometteurs.

Make Up For Ever a poursuivi en 2006 son rythme de croissance très soutenue sur tous ses marchés stratégiques, France, Corée, Moyen-Orient et les États-Unis, territoire où la marque étend considérablement sa présence grâce au réseau Sephora. Make Up For Ever a en outre de nouveau très fortement amélioré sa rentabilité.

Acqua di Parma et **Fresh** enregistrent d'excellents résultats. Ces deux marques renforcent leur positionnement exclusif et ont à leur actif de belles progressions en ventes et rentabilité.

Perspectives

Le groupe d'activités présente de bonnes perspectives de gains de parts de marché et de poursuite de l'amélioration de sa marge opérationnelle en 2007.

Parfums Christian Dior a l'ambition de poursuivre sa croissance qualitative et profitable et, pour cela, renforcera tous les piliers de son développement. Tout en continuant de soutenir ses parfums stars, la marque procèdera au lancement d'un grand féminin en septembre 2007. L'esprit Couture des créations dédiées au maquillage Dior sera accentué. Dans le domaine du soin, le déploiement de *Capture* sera activement poursuivi et *Capture Totale* bénéficiera d'une innovation fondée sur la découverte d'une nouvelle molécule brevetée par les Laboratoires LVMH Parfums et Cosmétiques.

La croissance de Guerlain sera nourrie par un plan d'innovation visant à renforcer les lignes phares *Insolence, L'Instant*, *Orchidée Impériale*, *KissKiss* et *Terracotta*, incluant également le lancement d'un nouveau fond de teint et la mise en œuvre d'un projet de renouvellement progressif de la gamme de soin de la Maison.

Parfums Givenchy prévoit une nouvelle année de croissance de ses ventes et de sa rentabilité. Les temps forts de l'année 2007 seront la poursuite du déploiement d'*Ange ou Démon* sur les marchés mondiaux, ainsi que le lancement d'une nouvelle variante olfactive de *Very Irresistible Givenchy* pour Homme et d'un tout nouveau rouge à lèvres, *Rouge Interdit*.

Pour Parfums Kenzo, l'année 2007 s'annonce favorablement grâce à une dynamique de création propre à renforcer le positionnement de la marque. La marque s'appuiera, entre autres initiatives, sur une nouvelle communication dédiée à la ligne *FlowerbyKenzo*, sur le déploiement de *KenzoAmour* et sur le lancement d'un nouveau parfum masculin.

1.5 Montres et Joaillerie

	2006	2005 (1)	2004 (1)
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	7	8	9
Europe (hors France)	25	23	25
États-Unis	25	24	22
Japon	14	16	16
Asie (hors Japon)	14	15	14
Autres marchés	15	14	14
Total	100	100	100
Ventes *(en millions d'euros)*	737	585	500
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	80	21	(10)
Marge opérationnelle *(en %)*	10,9	3,6	(2)
Investissements opérationnels *(en millions d'euros)*	25	28	18
Nombre de magasins	82	70	59

(1) Données retraitées, en raison du reclassement de l'activité de De Beers en 2006 des « autres activités » à « Montres et Joaillerie ».

Faits marquants

Le groupe Montres et Joaillerie enregistre une croissance organique de ses ventes de 28 %, gagne des parts de marché et augmente très fortement son résultat opérationnel courant.

TAG Heuer réalise mondialement d'excellentes performances commerciales et financières en s'appuyant sur sa remarquable capacité d'innovation, sur le développement de ses gammes icônes, et sur l'efficacité de ses investissements marketing.

La Manufacture Zenith enregistre une forte croissance et améliore significativement son résultat.

Chaumet renforce sa présence en Europe et en Asie.

Dior Montres confirme le succès de la ligne *Christal*, créée fin 2005 en collaboration avec John Galliano.

La marque De Beers connaît un développement très soutenu, en particulier aux États-Unis, marché où elle s'est implantée fin 2005.

Principaux développements

En 2006, pour la troisième année consécutive, la croissance organique des ventes des marques de Montres et Joaillerie de LVMH est très supérieure à celle observée dans leur univers concurrentiel. Cette progression est équilibrée entre Europe, Amériques, Asie et Japon, et chacune des marques d'horlogerie ou joaillerie améliore sa performance. Le développement de nouveaux marchés se poursuit activement : le renforcement des accords de distribution avec une prise de participation dans le capital de Xinju Hengdeli en Chine a permis d'implanter visiblement TAG Heuer, puis les Montres Dior et Zenith ; la présence de TAG Heuer en Inde est aujourd'hui significative ; le Moyen-Orient et l'Europe de l'Est font également l'objet d'implantations et d'investissements ciblés, tant en joaillerie qu'en horlogerie. Le redressement financier du groupe d'activités se poursuit et se traduit par une croissance de 281 % du résultat opérationnel courant.

TAG Heuer

Année record pour le leader mondial des montres et chronographes inspirés par le sport : **TAG Heuer** continue d'enregistrer une croissance remarquable en volume et en valeur et renforce son statut de marque star au sein du portefeuille de LVMH et de l'horlogerie helvétique.

Hausse des ventes sur tous les marchés, poursuite de la montée en gamme et innovation technologique reconnue ont marqué l'année 2006. TAG Heuer accroît son leadership sur le segment de prix de 1 000 à 4 000 euros. La croissance a été nourrie par le renforcement des lignes icônes, en particulier *Aquaracer*, *Link*, *Carrera* et *Monaco*, et par deux innovations majeures, la *Monaco 69* et la *Carrera Calibre 360*, seul chronographe mécanique pouvant mesurer le centième de seconde, récompensé par le Grand Prix de l'Horlogerie de Genève.

La communication publicitaire associant des Ambassadeurs, champions sportifs ou célébrités sélectionnés pour leur personnalité et leur action, soutient efficacement l'image et la notoriété de TAG Heuer : Tiger Woods, Uma Thurman, Brad Pitt, Maria Sharapova, Fernando Alonso, Steve McQueen, Jeff Gordon aux États-Unis et Shah Rukh Khan en Inde constituent une équipe unique de personnalités incarnant prestige et performance.

Zenith

La Manufacture **Zenith** enregistre de nouveau une forte croissance de ses ventes et améliore très sensiblement son résultat. La marque a connu une progression à deux chiffres sur tous ses marchés clés tout en maintenant une distribution très sélective.

L'année 2006 a été marquée par deux lancements principaux : celui du concept Open, une signature de la marque dévoilant le cœur de son célèbre mouvement El Primero, dans la ligne *Class* ; et celui de la collection *Defy*, première ligne sportive pour Zenith.

La collection *Defy*, déclinée en *Classic* et *Xtreme*, a bénéficié d'un succès rapide dont l'impact se fera sentir en année pleine en 2007. Elle associe le savoir-faire horloger qui fait la réputation de Zenith, une technologie d'avant-garde, une résistance conçue pour des conditions extrêmes et une grande modernité esthétique.

Montres Dior

La croissance des **Montres Dior** est dynamisée par le succès de la ligne *Christal* lancée fin 2005. Cette collection très horlogère se distingue nettement sur le marché de la montre de mode. Elle a poursuivi son développement et sa montée en gamme grâce au lancement de versions joaillières très bien accueillies mondialement.

L'année 2006 a également été marquée par le lancement d'une version Black Time dans la ligne masculine *Chiffre Rouge*, un superbe chronographe automatique intégralement noir.

Montres Dior a accru la sélectivité de son réseau de distribution, particulièrement en Asie.

Chaumet

Poursuivant son expansion ciblée, **Chaumet** a renforcé sa présence sur ses marchés prioritaires situés principalement en Europe et en Asie. Tout en réalisant ces investissements, la marque a continué d'améliorer la productivité de ses magasins. Après l'ouverture réalisée à Taiwan en 2005, Chaumet a inauguré en septembre un magasin important à Hong Kong, tête de pont de son développement en Chine. La marque a sensiblement accru sa notoriété et ses positions au Japon, où elle connaît une croissance soutenue et a ouvert de nouvelles boutiques chez Harrods à Londres, en franchise à Saint-Pétersbourg et à Almaty (Kazakhstan).

Le lancement de la collection joaillière *Attrape-moi si tu m'aimes* et le développement de la ligne horlogère *Dandy* sont les autres faits marquants de l'année 2006.

Autres marques

La marque **De Beers** réalise une excellente année. Tout en poursuivant sa croissance soutenue au Japon, elle enregistre une performance prometteuse aux États-Unis, marché où elle s'est implantée fin 2005 à New York et Los Angeles. De Beers a renforcé sa présence à Londres et a ouvert une première boutique au Moyen-Orient, à Dubaï. Les collections *Talisman* et *Secret of the Roses*, la haute joaillerie et les bagues de fiançailles ont contribué à une croissance importante des ventes par magasin. Afin d'accroître notoriété et image, une nouvelle campagne publicitaire a été lancée en 2006 pour De Beers.

Fred poursuit son développement ciblé sur le Japon et la France. La marque a célébré son 70e anniversaire par le lancement d'une collection *Corail* et d'une bague *Boule* et par la création de sa première montre à complication, la *Move 1* GMT.

Omas, dont le développement est concentré sur l'Italie, la France et les États-Unis, a reçu en 2006 le Grand Prix du Stylographe pour sa ligne *Emotica*.

Perspectives

Innovation, croissance organique soutenue et poursuite de l'amélioration du résultat financier sont les objectifs fixés pour chaque Maison et sur chacun des marchés en 2007.

TAG Heuer, Zenith et Montres Dior ont prévu de nombreuses innovations dans leurs lignes icônes et poursuivront leur politique de montée en gamme. TAG Heuer renouvellera l'architecture de ses magasins. Chaumet renforcera son offre horlogère ainsi que sa ligne emblématique *Liens* et ouvrira un magasin à Londres sur Bond Street tout en continuant de renforcer sa présence en Asie, au Moyen-Orient et en Europe de l'Est. De Beers présentera une première collection horlogère, développera son implantation aux États-Unis (dès janvier à Las Vegas), au Moyen-Orient, au Japon, à Hong Kong et en Corée. Fred relancera sa ligne horlogère *36* et créera une ligne de bijoux unisexe.

Le groupe Montres et Joaillerie consacrera ses investissements les plus importants au Japon, aux États-Unis et à la Chine sans négliger les moyens spécifiques affectés au développement des marchés émergents, Moyen-Orient, Inde et Russie.

1.6 Distribution sélective

	2006	2005	2004
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	24	24	26
Europe (hors France)	9	8	9
États-Unis	40	40	39
Japon	3	3	1
Asie (hors Japon)	20	21	21
Autres marchés	4	4	4
Total	**100**	**100**	**100**
Ventes *(en millions d'euros)*	**3 891**	**3 648**	**3 276**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**400**	**347**	**238**
Marge opérationnelle *(en %)*	**10,3**	**9,5**	**7,3**
Investissements opérationnels *(en millions d'euros)*	**175**	**131**	**168**
Nombre de magasins			
Sephora	**621**	**558**	**521**
Autres	**149**	**156**	**169**

Faits marquants

Le groupe Distribution sélective enregistre une croissance organique de 9 % de ses ventes et améliore de 15 % son résultat opérationnel courant.

DFS élargit sa base de clientèle grâce à la montée en puissance du tourisme en provenance du monde chinois et, conforté par son succès auprès de cette clientèle, prépare l'implantation d'une Galleria à Macao, destination à fort potentiel.

Unique acteur de la parfumerie sélective présent sur trois continents, Sephora poursuit son expansion dans ces trois zones géographiques, améliore de nouveau ses performances et renforce son positionnement d'expert en beauté.

Le Bon Marché continue d'affirmer son identité de grand magasin le plus créatif et prestigieux de Paris et réalise de nouveau une croissance qui le distingue dans son univers concurrentiel.

Principaux développements

DFS

Dans un contexte de baisse des dépenses des touristes japonais, dont le pouvoir d'achat a été pénalisé en 2006 par la faiblesse du yen, **DFS** tire bénéfice du nombre croissant de voyageurs en provenance du monde chinois. Ce phénomène ayant été anticipé et placé au centre de la stratégie de DFS depuis plusieurs années, les magasins servant les destinations fréquentées par cette nouvelle clientèle enregistrent une solide croissance des ventes.

Continuant à capitaliser sur ce segment de marché à fort potentiel de développement, DFS a conclu un accord pour l'ouverture début 2008 d'une Galleria à Macao, sur le site du Four Seasons Hotel. Pour le leader du « travel retail », qui a désormais acquis une bonne connaissance de la clientèle chinoise, en particulier au sein de ses Galleria de Hong Kong et Singapour, ce développement constitue une opportunité remarquable. Se voulant parfaitement représentative de la stratégie de montée en gamme de DFS, la Galleria de Macao sera exclusivement axée, par son offre et la qualité de son architecture, sur l'univers du luxe. Elle abritera en un même lieu un nombre exceptionnel de boutiques dédiées aux marques phares de mode, maroquinerie, horlogerie et joaillerie et offrira une qualité de services propre à satisfaire les attentes les plus exigeantes.

Dan le cadre de ce même objectif de montée en gamme, et faisant suite à la rénovation de la Galleria de Guam, DFS entreprendra en 2007 celle de ses implantations de Waikiki et Hong Kong qui verront à leur tour leur attractivité renforcée.

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline, qui détient de fortes positions au sein du marché des croisières, continue à accroître significativement ses ventes et sa rentabilité grâce à l'augmentation des achats moyens par passager. La montée en gamme de ses boutiques et de son offre produits sont les vecteurs de cette progression.

Sephora

Croissance des ventes, gains de parts de marché, nouvelle et forte amélioration de la rentabilité : en 2006, **Sephora** dépasse ses objectifs de part et d'autre de l'Atlantique, étend sa présence en Chine et prépare son implantation au Moyen-Orient. L'expansion sur ces nouveaux territoires est financée par le cash flow dégagé en Europe et en Amérique. Au 31 décembre, la taille du réseau mondial de Sephora représente 621 magasins.

La poursuite de l'expansion de Sephora en Europe s'est traduite par 31 ouvertures nettes de magasins et un grand nombre de rénovations. Ces développements répondent à l'objectif de Sephora d'accroître ses positions en visant les meilleurs emplacements dans les pays clés où le succès de son concept s'amplifie d'année en année.

Sephora continue de s'imposer en France comme le distributeur le plus dynamique du secteur de la beauté et de gagner des parts de marché. Les performances du site Internet sephora.fr, de création récente, se révèlent supérieures aux attentes ; il a en outre été récompensé en 2006 par un trophée décerné au titre de la qualité de la relation client en ligne. En Espagne, l'activité à magasins comparables connaît une croissance à deux chiffres et le partenariat engagé en 2005 avec les grands magasins El Corte Inglés est une réussite. En Pologne, Sephora a acquis de très fortes positions en quelques années. Un succès similaire est en cours de construction dans d'autres pays d'Europe Centrale.

Aux États-Unis, Sephora réalise, pour la sixième année consécutive, une croissance des ventes à deux chiffres à magasins comparables et enregistre de nouveau une forte progression de son résultat opérationnel courant. Les solides performances accomplies dans toutes les régions se traduisent par des gains de parts de marché. Sephora a réalisé 23 ouvertures nettes en 2006 sur le continent américain, ce qui porte à 142 magasins la taille de son réseau (dont 4 situés au Canada). À noter des ouvertures dans des emplacements de très grande qualité, en particulier à Manhattan, où Sephora est présente au travers de 11 points de vente. Le site Internet sephora.com maintient sa très forte croissance.

La conquête de nouveaux territoires se poursuit activement : en Chine, où elle a fait son entrée en 2005, Sephora dispose au 31 décembre 2006 de 12 magasins situés notamment à Shanghai et à Pékin, a lancé sa carte de fidélité et développé son site Internet ; en fin d'année 2006, Sephora a par ailleurs débuté son implantation au Moyen-Orient.

Sephora a accentué en 2006 sa stratégie de différenciation et de fidélisation qui repose sur plusieurs piliers : une offre innovante et très qualitative de marques et produits exclusifs répondant à une attente forte, tels que Strivectin (soin anti-rides) et Bare Escentuals (maquillage minéral) ; la mise en œuvre de partenariats dynamiques avec les grandes marques incontournables de l'univers sélectif des parfums et cosmétiques ; le renforcement de son positionnement d'expert en beauté, illustré par le développement de services novateurs et d'espaces de convivialité, tels que le Sephora Studio, dispensateur de soins et de bien-être, créé en 2006. Sephora

continue par ailleurs de renouveler et développer avec succès les produits de grande qualité vendus à des prix particulièrement attractifs sous sa propre marque. L'ensemble de cette politique est conforté par un investissement soutenu dans la formation des conseillères et responsables de magasins : il existe une école interne sur chacun des trois continents où Sephora se développe.

Le succès de sa carte de fidélité, élément privilégié d'une relation de proximité avec sa clientèle, a conduit Sephora à l'étendre à pratiquement tous les pays européens et à développer aux États-Unis, un programme similaire dont la mise en œuvre est prévue en 2007.

Sephora a fortement accru sa visibilité sur les trois continents en développant sa communication au travers de nombreux médias (affichage, presse, radio, télévision, Internet, mailings). En 2006, un premier film publicitaire très remarqué a été diffusé dans les salles de cinéma françaises.

Le Bon Marché

Le Bon Marché s'impose chaque année davantage comme le magasin de référence du luxe et du prestige au cœur de Paris. Ses récents développements dans l'univers de la mode féminine ont contribué à une forte progression de ses ventes et de son résultat opérationnel courant en 2006. Une clientèle étrangère de haut niveau et de plus en plus nombreuse tend à faire du Bon Marché son magasin de prédilection lorsqu'elle est de passage à Paris.

Au cours de l'année 2006, l'espace lingerie a fait l'objet d'une rénovation et représentera l'un des relais de croissance de l'année 2007. Une nouvelle campagne de communication à l'esthétique très étudiée a été mise en place afin de renforcer l'image et le positionnement haut de gamme du grand magasin de la Rive Gauche.

Perspectives

En 2007, DFS amplifiera les efforts liés à sa stratégie de montée en gamme afin de renforcer sa position de leader auprès des clientèles japonaise et asiatiques. Le développement continu des voyages internationaux dans ses zones d'implantation constitue une importante source de croissance à long terme.

Sephora a pour objectif d'accentuer sa croissance profitable et pour cela continuera de renforcer sa politique d'innovation et d'exclusivité, tout en développant son offre sur de nouveaux segments porteurs. La modernisation de son réseau sera poursuivie, et le rythme d'ouvertures de magasins sera accéléré, particulièrement en France, aux États-Unis et en Chine, sans négliger le développement de nouveaux marchés (Moyen-Orient, Europe Centrale) qui constituent des relais de croissance pour les prochaines années.

Continuant à cultiver ses atouts, Le Bon Marché aborde avec confiance l'année 2007. Celle-ci sera marquée par le lancement d'un schéma directeur visant à réaliser dans les trois ans une transformation de grande ampleur du secteur dédié à la maison. La Grande Epicerie de Paris procèdera à la rénovation d'une partie de son espace commercial.

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

2.1 Facteurs de risques généraux

Contrefaçon et réseau de distribution parallèles

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

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

Les marques constituant l'élément clé des activités du Groupe, leur protection juridique est une nécessité absolue, notamment pour la marque Louis Vuitton ; les marques, noms de produits, appellations... sont déposés ou enregistrés afin d'assurer cette protection, que ce soit en France ou dans les autres pays ; de façon générale, tous les moyens sont mis en œuvre, au niveau international, afin que cette protection juridique soit totale.

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

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

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

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

Le Groupe lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux, et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution ; cette lutte a représenté en 2006 un coût de 16 millions d'euros.

Concurrence

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

La concurrence sur ces marchés provient aussi de la concentration des réseaux de distribution et de l'apparition de nouveaux acteurs. Ceci est vrai dans les activités Vins et Spiritueux ou Parfums et Cosmétiques qui sont caractérisées aujourd'hui par une pression sur les marges, une profusion de lancements de nouveaux produits et l'apparition de chaînes de distribution. Dans les activités de Mode et Maroquinerie, la concurrence est également réelle et très active, la création et l'amélioration constante des produits constituant dans ce contexte les principales forces du Groupe.

Réglementations

Beaucoup de produits du Groupe sont soumis, en France et dans les autres pays où le Groupe exerce ses activités, à des réglementations spécifiques ; celles-ci portent aussi bien sur les conditions de production ou de fabrication des produits, leur vente, la sécurité du consommateur ou l'étiquetage, que sur leur composition.

Saisonnalité

Pratiquement, toutes les activités du Groupe sont concernées par la saisonnalité ; celle-ci se manifeste par la part des ventes sur le dernier trimestre de l'exercice, liée aux manifestations festives de fin d'année ; cette part est d'environ 30 %. Des évènements imprévisibles sur les derniers mois de l'année peuvent ainsi affecter sensiblement le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

Présence internationale

Les risques et incertitudes liés à une présence internationale sont de diverses natures : il s'agit des évolutions des devises, qui peuvent affecter les opérations réalisées, le pouvoir d'achat de la clientèle, ou la valeur des actifs d'exploitation localisés à l'étranger ; il s'agit aussi des évolutions économiques qui ne sont pas nécessairement simultanées d'un pays à l'autre ; il s'agit enfin des réglementations douanières ou restrictions à l'importation que peuvent imposer certains pays, et qui le cas échéant peuvent être pénalisantes pour le Groupe. Des commentaires développés sur le mode de gestion des risques de change figurent ci-après, dans le chapitre « Eléments de politique financière ».

Il importe toutefois de souligner que l'activité est répartie de façon équilibrée sur trois zones géographiques et monétaires : l'Asie, la zone Euro, et les États-Unis, ce qui compense en partie l'exposition aux risques développés ici.

Enfin, le Groupe LVMH intervient assez peu dans des pays limitant les rapatriements d'actifs ou à contrôle des changes sévère.

Autres facteurs de risques

Risques clients

En raison de la nature des activités, une part importante des ventes réalisées par le Groupe ne donne pas lieu à risque clients ; il s'agit des ventes effectuées directement à notre clientèle par la Distribution sélective, par les activités de Mode et Maroquinerie, et dans une moindre mesure par les Parfums et Cosmétiques et les Montres et Joaillerie ; l'ensemble de ces ventes représente approximativement 56 % du chiffre d'affaires total de 2006 (57 % en 2005, 56 % en 2004).

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

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 « Eléments 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 dans le cadre duquel environ 210 jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2006.

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.

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 2006, les activités du Groupe n'ont pas été impactées par des sinistres significatifs. Les pertes survenues ont été 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 la situation financière du Groupe ;
- la coordination des assurances dans le cadre de programmes mondiaux et centralisés.

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

Par rapport aux capacités financières du Groupe, le niveau d'auto-assurance des risques n'apparaît pas comme significatif. Les franchises à la charge des sociétés du Groupe répondent notamment à une optimisation du rapport couverture/coût global du risque. Les coûts d'assurance supportés par les sociétés du Groupe sont inférieurs à 0,38 % 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 900 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

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

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

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

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

2.3.4 Couvertures des risques spéciaux

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

- L'amélioration de la structure financière, avec pour principaux indicateurs :
  - l'accroissement continu 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, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées.

  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 4 318 millions d'euros fin 2005 à 3 400 millions d'euros fin 2006.

  En outre, les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une progression de 11 % et atteignent 11 594 millions d'euros en fin d'année. Cette forte augmentation résulte de l'ampleur du résultat net réalisé en 2006 et des gains latents enregistrés en capitaux propres en normes IFRS, malgré la variation négative de l'écart de conversion résultant de la dépréciation du dollar US vis-à-vis de l'euro entre la fin 2005 et la fin 2006.

- 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 le patrimoine du Groupe.

  En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de limiter l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une hausse, ont continué à être privilégiées. Cette stratégie a permis d'obtenir des cours de couverture plus avantageux que les cours moyens de l'année pour ce qui concerne les principales devises de facturation : dollar américain et yen japonais.

- L'augmentation du recours au marché du billet de trésorerie français, tout en conservant une proportion élevée de financements à long terme au sein de l'endettement net du Groupe.

- Le maintien d'une politique de placement équilibrée avec, dans le cadre d'une légère décroissance des placements au cours de l'exercice, une diminution du montant de la trésorerie et équivalents et une augmentation du montant des placements financiers. La part des placements visant une rentabilité plus élevée que celle d'un placement monétaire, moyennant un risque supplémentaire limité, a eu au cours de l'année 2006 une performance satisfaisante et a été accrue.

- La diminution des frais financiers.

  Le coût de la dette financière nette diminue à nouveau en 2006 : il atteint 173 millions d'euros, contre 188 millions d'euros en 2005, soit une baisse de 8 %. Cette diminution résulte de la baisse d'environ 23 % de la dette financière nette moyenne et de la gestion du risque de taux dans un environnement haussier. Le Groupe a pu limiter l'impact de la remontée en 2006 des taux d'intérêt en dollar, en euro et en franc suisse grâce à l'importance de ses emprunts à taux fixe en début d'exercice et grâce à une politique de gestion associant aux emprunts à taux variable des instruments optionnels qui permettent de profiter d'une évolution favorable tout en étant couvert contre un mouvement adverse prononcé.

Le résultat financier a été favorablement impacté par le résultat de cession des titres Bouygues et de participations détenues par le FCPR L Capital, ainsi que par le montant substantiel des dividendes reçus. Par ailleurs, la comptabilisation de la variation de valeur de la partie dite « inefficace » des couvertures de change a pesé négativement, mais pour un montant moindre qu'en 2005.

- Une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux bonnes performances de l'année :
  - paiement d'un acompte sur le dividende 2006 de 0,30 euro dès décembre 2006;
  - proposition de versement d'un dividende par action de 1,40 euro au titre de l'exercice, en progression de 21,7 % par rapport à l'année précédente ; il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 686 millions d'euros au titre de 2006, avant effet des actions qui seront auto détenues à cette date.

3.1 Risques de marché

3.1.1 Exposition aux risques de change

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

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

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

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

3.1.2 Exposition aux risques de taux

L'exposition du Groupe aux risques de taux peut être évaluée par le montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 3,4 milliards d'euros environ au 31 décembre 2006. La dette brute est à hauteur de 40 % à taux fixe, à hauteur de 27 % à taux variable plafonné par caps, et à hauteur de 33 % 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 principalement liée aux actions LVMH auto détenues, essentiellement en couverture des plans de stock-options et des plans d'attribution d'actions gratuites. Le Groupe détient aussi, désormais, des options d'achat sur actions LVMH en couverture de ces engagements. Les actions LVMH, tout comme les options d'achat, constituent en normes IFRS des instruments de fonds propres, qui n'affectent pas le compte de résultat consolidé.

Des actions autres que les actions LVMH peuvent être détenues par certains des fonds dans lesquels le Groupe a investi, voire directement parmi les investissements financiers ou les placements financiers.

Le Groupe utilise parfois, de façon mesurée, des produits dérivés pour gérer ses positions. Les produits dérivés ainsi traités ont pour objectif, en règle générale, de réduire la sensibilité de la position à la variation des cours de bourse. À la clôture de l'exercice, aucun instrument de ce type n'était contracté par le Groupe.

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 0,2 milliard d'euros, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,5 milliard d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 4,0 milliards d'euros.

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

3.1.5 Organisation de la gestion des risques de change, de taux et des marchés actions

Le Groupe applique une stratégie de gestion des risques de change et de taux 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.

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'exercice 2006.

La capacité d'autofinancement générée par l'activité s'est élevée à 3 504 millions d'euros, contre 3 089 millions un an plus tôt, en progression de 13 %.

Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 2 546 millions d'euros, soit une augmentation de 13 % par rapport aux 2 251 millions de 2005.

Les intérêts payés en 2006, à 174 millions d'euros, enregistrent une réduction sensible par rapport aux 222 millions payés en 2005, principalement du fait du mouvement de réduction de la dette financière nette.

Les impôts payés se montent à 784 millions d'euros en 2006, contre 616 millions en 2005, en ligne avec la progression du résultat avant impôt.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 258 millions d'euros, soit un montant identique à celui de 2005. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie s'élevant à 351 millions d'euros, du fait de la hausse de l'activité et de la reconstitution des stocks d'eaux-de-vie de Cognac et de vins de Champagne. La variation des créances clients génère quant à elle sur l'exercice un besoin de 146 millions d'euros, principalement chez les Maisons de champagne et chez Hennessy, tandis que la variation du poste fournisseurs apporte 208 millions d'euros, notamment chez les Maisons de champagne et chez Sephora.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est positive à hauteur de 2 288 millions d'euros.

Le solde net des opérations d'investissement et de cession - opérationnelles comme financières - se traduit par un décaissement de 712 millions d'euros.

Les investissements opérationnels du Groupe, nets des cessions, représentent sur l'exercice un débours de trésorerie de 749 millions d'euros. Leur augmentation reflète la dynamique de développement du Groupe et de ses marques telles Louis Vuitton, Sephora, Parfums Christian Dior et DFS.

Les cessions d'investissements financiers ont excédé les acquisitions de 85 millions d'euros, du fait principalement de la cession de titres et de diverses participations. Le solde des incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés constitue un emploi pour un montant de 48 millions d'euros.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 728 millions d'euros.

Les acquisitions d'actions LVMH et assimilés effectuées par le Groupe, nettes des cessions, ont donné lieu à un décaissement de 48 millions d'euros. En particulier, des options d'achat d'actions LVMH ont été acquises afin de couvrir des options d'achat accordées aux salariés.

Les dividendes versés en 2006 par LVMH S.A., hors actions auto-détenues, se sont élevés à 566 millions d'euros dont 425 millions en mai au titre du solde du dividende 2005 et 141 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2006. 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 du fait de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy et des minoritaires de DFS.

Les excédents de trésorerie après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, y compris le versement du dividende, ont ainsi atteint 848 millions d'euros.

Ces excédents ont permis d'amortir en 2006 des emprunts et des dettes financières pour un montant de 1 757 millions d'euros, excédant très largement le montant des nouveaux emprunts et dettes financières.

Les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 785 millions d'euros. 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 et a augmenté, en 2006, le recours à son programme de billets de trésorerie français.

La réduction de la dette nette se traduit par une diminution équilibrée de la dette financière à long terme et de la dette financière à court terme.

À l'issue des opérations de l'année 2006, la trésorerie nette s'élève ainsi à 765 millions d'euros.

3.3 Structure financière

Le total du bilan consolidé de LVMH, présenté dans les comptes consolidés, s'élève au 31 décembre 2006 à 28,8 milliards d'euros, en progression de 2,6 % par rapport au 31 décembre 2005.

L'actif immobilisé représente 19,6 milliards d'euros, contre 19,5 milliards fin 2005. Il atteint ainsi 68 % du total du bilan, contre 70 % un an plus tôt.

Les immobilisations corporelles et incorporelles restent stables, à 17,9 milliards d'euros contre 18,0 milliards fin 2005. Les marques et autres immobilisations incorporelles représentent 8,2 milliards d'euros, contre 8,5 milliards au 31 décembre 2005, en raison principalement de l'incidence des variations des parités monétaires sur les marques et autres immobilisations incorporelles comptabilisées en dollar US, telles la marque Donna Karan et l'enseigne DFS.

Le montant des écarts d'acquisition reste inchangé à 4,5 milliards d'euros. Cette évolution résulte des effets de change sur les écarts d'acquisition comptabilisés en dollars US, en particulier ceux de Donna Karan et de Miami Cruiseline, compensés par l'augmentation des écarts d'acquisition liés aux engagements d'achat de titres de minoritaires.

Les immobilisations corporelles augmentent à 5,2 milliards d'euros, contre 5,0 milliards fin 2005, en raison de la réévaluation des terres à vignes, récurrente depuis le passage aux normes IFRS, et de montants d'investissements opérationnels - notamment chez Louis Vuitton - supérieurs aux dotations aux amortissements de l'année 2006.

Le total des participations dans les sociétés mises en équivalence, des investissements financiers, des autres actifs non courants et des impôts différés, progresse légèrement à 1,7 milliard d'euros fin 2006, contre 1,5 milliard à fin 2005, du fait principalement de l'augmentation des impôts différés actif et de l'appréciation de la valeur des investissements financiers.

Les stocks s'élèvent à 4,4 milliards d'euros, contre 4,1 milliards fin 2005, en raison de la poursuite de la reconstitution des stocks d'eaux-de-vie de cognac et de vins de champagne.

Les placements de trésorerie, hors placements financiers, diminuent à 1,2 milliard d'euros, contre 1,5 milliard au 31 décembre 2005.

Les capitaux propres part du Groupe avant affectation du résultat progressent sensiblement à 10,6 milliards d'euros, grâce à l'ampleur du résultat net part du Groupe, en croissance de 30 %, et malgré la variation négative de l'écart de conversion consécutive à la baisse du dollar US vis-à-vis de l'euro.

Les intérêts minoritaires restent stables, à 1,0 milliard d'euros. Cette stabilité est le fruit de la part des minoritaires dans le résultat de l'année, nette des dividendes qui leur ont été versés, et de l'effet en sens inverse du recul de la monnaie américaine sur les intérêts minoritaires dans DFS, qui constituent l'essentiel de ce poste.

Le total des capitaux propres s'établit ainsi à 11,6 milliards d'euros, représentant 40 % du total de bilan contre 37 % un an auparavant.

Les passifs non courants s'élèvent à 10,8 milliards d'euros, dont 3,2 milliards au titre de la dette financière, contre respectivement 11,0 milliards et 3,7 milliards à fin 2005. La part relative des passifs non courants dans le total de bilan est en légère diminution à 38 % de celui-ci, contre 39 % un an plus tôt.

Les engagements d'achat de titres de participation, constituent l'essentiel du poste « autres passifs non courants ».

Les capitaux permanents atteignent ainsi 22,4 milliards d'euros, et dépassent le montant des actifs non courants.

Les passifs courants s'établissent à 6,4 milliards d'euros à fin 2006, contre 6,6 milliards fin 2005, en raison notamment de la diminution de la dette financière à court terme. Leur part dans le total de bilan diminue pour atteindre 22 %.

La dette financière à court et à long terme, y compris la valeur de marché des produits dérivés de taux, et nette des placements financiers et de la trésorerie, ressort au 31 décembre 2006 à 3,4 milliards d'euros contre 4,3 milliards un an plus tôt. Elle représente 29 % du montant des capitaux propres, contre 41 % à fin 2005.

La part de la dette financière à long terme dans l'endettement total du Groupe est supérieure à 80 % du total de la dette nette.

À fin 2006, les lignes de crédit confirmées s'élèvent à 4,3 milliards d'euros, dont seul 0,3 milliard d'euros fait l'objet de tirage. Il en résulte un montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées de 4,0 milliards d'euros, qui couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'en-cours au 31 décembre 2006 atteint 0,5 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 et de la promotion, pour le maintien ou le développement de leur image et de leur notoriété, afin d'améliorer leurs parts de marchés et leur 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 et de promotion

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

Exercices	en millions d'euros	en % des ventes
2006	1 783	11,6
2005	1 541	11,1
2004	1 403	11,2

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 de promotion, et des équipes de marketing responsables de l'ensemble de ces activités.

4.2 Frais de recherche et développement

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

Exercices	en millions d'euros
2006	43
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, de la promotion et des frais de recherche et développement, les investissements opérationnels concernent l'amélioration et le développement des réseaux de distribution ainsi que la mise en œuvre des moyens de production adéquats.

Les investissements opérationnels (acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles) pour les trois derniers exercices ont été les suivants, en valeur absolue et en pourcentage de la capacité d'autofinancement générée par l'activité du Groupe :

Exercices	en millions d'euros	en % de la capacité d'autofinancemant générée par l'activité
2006	771	22,0
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 dans leurs boutiques exclusivement. 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 2006, les investissements opérationnels ont principalement porté sur les points de vente. Louis Vuitton a porté son réseau de magasins à 368, bénéficiant de vingt trois ouvertures nettes, et a rénové une cinquantaine de magasins. Par ailleurs, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 621 magasins à fin 2006 contre 558 à fin 2005. Parfums Christian Dior a poursuivi le renouvellement de ses mobiliers commerciaux pour promouvoir la nouvelle image de la marque ; DFS a rénové ses Galleria de Singapour, d'Australie et de Guam.

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

5. DONNÉES SOCIALES

5.1 Répartition et évolution de l'effectif

5.1.1 Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2006 est de 64 253 collaborateurs. Il se répartit en 56 216 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 8 037 sous contrat à durée déterminée (CDD). 9 198 salariés travaillent à temps partiel, soit 14 % de l'ensemble du personnel. La part des effectifs hors de France atteint 70 % des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen 2006 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 57 205 personnes, en augmentation de 3,3 % par rapport à 2005.

Les principales évolutions proviennent du développement organique et de l'ouverture de nouveaux magasins principalement en Amérique du Nord et en Asie.

Les tableaux suivants présentent, pour le périmètre consolidé, la répartition de l'effectif par groupe d'activités, par région du monde et par catégorie professionnelle ; s'agissant des joint ventures, seule la part de LVMH dans l'effectif est prise en compte.

Répartition par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre	2006	%	2005	%	2004	%
Vins et Spiritueux	5 521	9	5 134	8	4 697	8
Mode et Maroquinerie	17 951	28	18 071	31	18 326	31
Parfums et Cosmétiques	14 747	23	13 628	22	13 488	23
Montres et Joaillerie	1 882	3	1 844	3	1 777	3
Distribution sélective	23 275	36	21 544	35	20 045	34
Autres activités	877	1	867	1	877	1
Total	**64 253**	**100**	**61 088**	**100**	**59 210**	**100**
Effectif moyen au cours de l'exercice (1)						
Vins et Spiritueux	5 462	9	5 144	9	4 807	9
Mode et Maroquinerie	16 904	30	17 182	31	17 026	32
Parfums et Cosmétiques	13 453	24	12 771	23	12 561	24
Montres et Joaillerie	1 836	3	1 767	3	1 890	3
Distribution sélective	18 612	32	17 540	32	15 749	30
Autres activités	938	2	952	2	959	2
Total	**57 205**	**100**	**55 356**	**100**	**52 992**	**100**

(1) Équivalent Temps Plein ; CDI et CDD.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre	2006	%	2005	%	2004	%
France	18 992	30	18 919	31	19 343	33
Europe (hors France)	13 168	21	12 741	21	11 764	20
États-Unis	14 217	22	13 103	21	12 361	21
Japon	4 596	7	4 621	8	4 897	8
Asie (hors Japon)	11 073	17	10 059	16	9 196	15
Autres pays	2 207	3	1 645	3	1 649	3
Total	**64 253**	**100**	**61 088**	**100**	**59 210**	**100**
Effectif moyen au cours de l'exercice (1)						
France	18 448	32	18 423	33	18 670	35
Europe (hors France)	11 181	20	11 002	20	10 267	19
États-Unis	11 024	19	10 533	19	9 603	18
Japon	4 563	8	4 591	8	4 399	9
Asie (hors Japon)	9 990	17	9 150	17	8 415	16
Autres pays	1 999	4	1 657	3	1 638	3
Total	**57 205**	**100**	**55 356**	**100**	**52 992**	**100**

(1) Équivalent Temps Plein ; CDI et CDD.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre	2006	%	2005	%	2004	%
Cadres	10 335	16	9 548	15	9 038	15
Techniciens / Responsables d'équipe	6 282	10	6 021	10	5 716	10
Employés administratifs / Personnel de vente	39 106	61	36 513	60	35 548	60
Personnel de production	8 530	13	9 006	15	8 908	15
Total	**64 253**	**100**	**61 088**	**100**	**59 210**	**100**
Effectif moyen au cours de l'exercice (1)						
Cadres	10 035	17	9 386	17	8 959	17
Techniciens / Responsables d'équipe	6 078	11	5 796	10	5 690	11
Employés administratifs / Personnel de vente	32 634	57	31 164	57	29 397	55
Personnel de production	8 458	15	9 010	16	8 946	17
Total	**57 205**	**100**	**55 356**	**100**	**52 992**	**100**

(1) Équivalent Temps Plein ; CDI et CDD.

Répartition par âge

(en %)		Effectif mondial
Âge :	moins de 25 ans	11,6
	25 - 29 ans	19,5
	30 - 34 ans	19,1
	35 - 39 ans	15,5
	40 - 44 ans	12,1
	45 - 50 ans	9,0
	50 - 54 ans	7,0
	55 - 59 ans	4,4
	60 ans et plus	1,8
Âge moyen		**36**

L'âge moyen de l'effectif CDI mondial est de 36 ans et l'âge médian est de 34 ans. Les tranches d'âge les plus jeunes sont prédominantes dans le personnel de vente, principalement en Asie Pacifique, en Europe et aux États-Unis.

Répartition par ancienneté

(en %)		Effectif mondial
Ancienneté :	moins de 5 ans	54,2
	5 - 9 ans	22,0
	10 - 14 ans	8,7
	15 - 19 ans	7,1
	20 - 24 ans	3,2
	25 - 30 ans	2,4
	30 ans et plus	2,4
Ancienneté moyenne		**7**

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 11 ans en France et d'environ 6 ans dans les autres zones géographiques. Cette différence s'explique principalement par la prédominance, dans ces régions, des activités de distribution caractérisées par un fort taux de turnover. Elle s'explique également par les récentes implantations des sociétés du Groupe dans les pays en forte croissance, où l'on constate une plus grande fluidité de l'emploi.

5.1.2 Recrutements, mobilités et départs

Détecter et attirer les talents sont des axes stratégiques de la politique de recrutement de LVMH. En 2006, les sociétés du groupe LVMH ont participé, en France comme à l'étranger, à de nombreuses manifestations et rencontres organisées sur les campus des écoles d'ingénieurs, de commerce, dans les écoles de création et celles spécialisées dans les savoir-faire spécifiques de leurs métiers.

Le développement de ces rencontres avec les jeunes a permis de renforcer la connaissance du groupe LVMH et de ses sociétés, de faire partager la richesse de ses métiers et l'attractivité des opportunités de carrière proposées. Ainsi, l'enquête réalisée en 2006 par la société d'études Universum auprès de 7700 étudiants de 62 grandes écoles françaises a classé LVMH en tête des sociétés préférées des jeunes issus d'écoles de commerce.

En ligne depuis juin 2006, les nouvelles pages « LVMH recrute » du site Internet de LVMH permettent de consulter les annonces et de postuler en ligne. Toutes les sociétés du Groupe à travers le monde publient sur le site leurs offres d'emploi mais aussi leurs offres de stages, de volontariats internationaux en entreprise (VIE) et d'apprentissages. Chaque jour, plus de 4 000 visiteurs effectuent des recherches, consultent des offres, s'inscrivent à des alertes ; 250 candidats complètent un dossier en ligne et postulent à une ou plusieurs offres.

En 2006, les recrutements ont concerné près de 13 700 personnes sous contrats à durée indéterminée au niveau mondial.

En France, près de 2 000 collaborateurs ont été recrutés sous contrats à durée indéterminée et 4 200 sous contrats à durée déterminée pour répondre principalement à l'accroissement d'activité lié aux pics saisonniers des vendanges et des ventes lors des fêtes de fin d'année.

Le nombre des départs de salariés en contrat à durée indéterminée, tous motifs confondus, s'élève à 11 786 en 2006, dont plus de 45 % dans le secteur de la distribution sélective, traditionnellement caractérisé par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (71 % du total des départs) et le licenciement individuel (14 % du total des départs).

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

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2006	2005	2004	**2006**	2005	2004
Vins et Spiritueux	923	794	550	580	619	684
Mode et Maroquinerie	3 611	3 631	4 006	3 356	3 354	3 138
Parfums et Cosmétiques	2 254	2 649	2 626	2 070	2 102	2 126
Montres et Joaillerie	318	309	344	302	242	327
Distribution sélective	6 502	6 217	8 325	5 395	4 483	5 562
Autres activités	83	43	63	83	32	46
Total	**13 691**	**13 643**	**15 914**	**11 786**	**10 832**	**11 883**
France	1 983	1 721	2 042	1 707	1 788	1 977
Europe (hors France)	2 546	2 728	2 506	2 348	2 171	1 968
États-Unis	4 909	4 640	7 059	4 069	3 612	4 898
Japon	620	482	571	551	695	549
Asie (hors Japon)	3 109	3 881	3 605	2 793	2 387	2 348
Autres marchés	524	191	131	318	179	143
Total	**13 691**	**13 643**	**15 914**	**11 786**	**10 832**	**11 883**

LVMH encourage la mobilité de ses collaborateurs, d'une société à une autre, ou d'une zone géographique à une autre. La diversité des sociétés du groupe LVMH, leur identité ainsi que leur expertise métier dans des domaines d'activités variés, valorisent ces deux formes de mobilités. Aujourd'hui près de la moitié des postes de cadres sont pourvus par mobilité interne et près de 650 mobilités ont été mises en œuvre en 2006 vers une autre société du Groupe.

LVMH favorise également la mobilité d'une catégorie professionnelle à une autre en incitant ses collaborateurs à acquérir de nouvelles compétences au travers notamment de formations qualifiantes ou diplômantes. Près de 3 000 collaborateurs ont été promus en 2006, soit environ 5 % de l'effectif.

5.2 Temps de travail

5.2.1 Aménagement du temps de travail

Au niveau mondial, 19 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 17 % travaillent en équipe ou en horaires alternants.

Effectif concerné en %	Effectif mondial	France	Europe (1)	USA	Japon	Asie (2)	Autres pays
Horaires variables ou aménagés	19	39	14	6	10,0	7	2
Temps partiel	17	12	22	31	0,5	10	13
Travail en équipe, en horaires alternants ou de nuit	17	6	7	20	31	42	7

(1) Hors France.
(2) Hors Japon.

5.2.2 Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures complémentaires/supplémentaires représente près de 29 millions d'euros, soit en moyenne 1,6 % de la masse salariale mondiale. La répartition varie de 0,8 à 2,4 % de la masse salariale selon les zones géographiques.

5.2.3 Absentéisme

Le taux global d'absentéisme du groupe LVMH, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, est stable et se situe à 4,1 % (4,3 % en 2005). Les absences pour maladie soit 2,0 % et congés de maternité soit 1,2 % sont les deux principales causes et représentent près de 80 % du taux global d'absentéisme.

5.3 Rémunération

5.3.1 Rémunération moyenne

En France, la répartition de la rémunération brute moyenne mensuelle en 2006 des salariés sous contrat à durée indéterminée, à temps complet et présents tout au long de l'année, est la suivante :

Effectif concerné en % *(en euros)*	2006	2005	2004
Moins de 1 500	20,5	24,6	26,2
De 1 501 à 2 250	30,7	31,4	30,7
De 2 251 à 3 000	19,2	18,5	19,3
Plus de 3 000	29,6	25,5	23,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

5.3.2 Frais de Personnel

Au niveau mondial, la répartition des frais de personnel s'établit comme suit :

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Masse salariale brute - Contrats à durée déterminée ou indéterminée	1 855,0	1 826,8	1 686,4
Charges sociales patronales	476,4	465,1	436,1
Travail temporaire	85,0	92,3	78,3
Total frais de personnel	**2 416,4**	**2 384,2**	**2 200,8**

Le coût du travail temporaire reste stable et représente 3,6 % du total de la masse salariale chargée dans le monde.

5.3.3 Intéressement, participation et épargne salariale

Toutes les sociétés françaises de 50 salariés et plus disposent d'un plan de Participation, d'Intéressement ou d'Épargne. Ces plans ont représenté en 2006 une charge globale de 85,1 millions d'euros, en progression de 14 % par rapport à 2005.

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Participation	46,5	43,6	43,4
Intéressement	33,7	27,0	20,8
Abondement aux plans d'épargne	4,9	4,2	4,3
Total sociétés françaises	**85,1**	**74,8**	**68,5**

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 Égalité professionnelle et Diversité

Signataire du Pacte Mondial et, en France, de la Charte de la Diversité et de la Charte d'engagement des Entreprises au service de l'Égalité des chances dans l'Éducation, LVMH a organisé en 2006 un séminaire de sensibilisation et une convention de la responsabilité sociale de l'entreprise à l'intention des Directions des Ressources Humaines du Groupe. Un reporting mondial de Responsabilité Sociale a été mis en place et des groupes de travail ont été constitués dans la perspective de multiplier dès 2007 les initiatives dans les différentes sociétés du Groupe.

5.4.1 L'égalité homme - femme

Près de 76 % des collaborateurs recrutés en 2006 sont des femmes. Ceci se traduit par un accroissement sensible de la proportion de l'effectif féminin qui se situe à 72 % de l'ensemble du personnel du Groupe.

Représentativité des femmes sous contrat à durée indéterminée dans les recrutements et dans les effectifs

% Femmes	Recrutements			Effectifs		
	2006	2005	2004	**2006**	2005	2004
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	40	38	40	33	32	32
Mode et Maroquinerie	71	71	68	74	74	73
Parfums et Cosmétiques	86	84	82	81	80	80
Montres et Joaillerie	56	58	59	56	55	55
Distribution sélective	81	80	77	79	77	76
Autres activités	57	45	53	53	53	55
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	60	57	56	57	56	55
Techniciens / Responsables d'équipe	70	70	66	70	69	68
Employés administratifs / Personnel de vente	81	82	81	81	80	80
Personnel de production	65	45	53	62	62	61
Répartition par zone géographique						
France	69	69	69	67	67	66
Europe (hors France)	80	79	77	75	75	75
États-Unis	76	73	72	73	70	70
Japon	82	79	79	77	76	77
Asie (hors Japon)	78	80	77	77	76	76
Autres marchés	59	63	65	61	60	60
Groupe LVMH	**76**	**75**	**74**	**72**	**71**	**71**

5.4.2 L'emploi et l'insertion des travailleurs handicapés

LVMH s'est donné comme objectif de mieux favoriser l'insertion des travailleurs handicapés. Les initiatives sont multiples et diverses dans les sociétés du Groupe qui s'équipent pour les accueillir dans les meilleures conditions. Plusieurs maisons ont ainsi développé des partenariats avec des Centres d'Aide par Le Travail afin de favoriser l'insertion professionnelle des personnes handicapées.

Parfums Christian Dior a installé un atelier aménagé destiné à accueillir le personnel industriel présentant des restrictions médicales sérieuses. La société a également recruté dix salariés malentendants sur le site de Saint-Jean de Braye. Les équipes accueillant ces salariés ont été formées au langage des signes. Louis Vuitton également accueille 95 personnes malentendantes dans son atelier d'Asnières, de même que Kami dans l'entrepôt de distribution de Tours. Parfums Givenchy organise des postes de télétravail pour invalidité temporaire. Le Bon Marché et Moët Hennessy Diageo recherchent des travailleurs handicapés auprès d'agences spécialisées. Parfums Christian Dior, Kami, Hennessy, Louis Vuitton et le Bon Marché ont conclu des contrats de sous-traitance avec des ateliers protégés. Moët & Chandon a créé l'ERIM (Espace Reclassement Interne Mobilité) pour accompagner le retour à l'emploi des salariés qui ont des problèmes de santé au travail. Un programme d'aménagements opérationnels des locaux et postes de travail est en cours. Il prend en compte les aspects « Santé au travail et handicap ».

En France, le personnel handicapé représente 1,8 % de l'effectif total. Les prestations sous-traitées en France à des Centres d'Aide par le Travail ont représenté un montant de 2,4 millions d'euros en 2006.

5.5 Formation

Les sociétés du Groupe proposent un large éventail de formations permettant aux collaborateurs de développer leurs compétences professionnelles et leur savoir-faire "métier" d'artisans et de créateurs, et de partager une vision commune. Les séminaires de formation sont choisis en fonction des besoins et de la spécificité des métiers de chaque maison et sont organisés par les centres de formation de chaque secteur d'activités. Ces séminaires sont animés par des formateurs externes mais également par des managers du Groupe considérés comme des experts dans leur domaine de compétence. C'est ainsi que les journées « Univers » (parfums, joaillerie, champagne, maroquinerie…) créées en 2005 ont été reconduites au cours de l'année 2006. Elles apportent aux salariés une réelle ouverture sur un univers professionnel différent, leur permettant ainsi d'élargir leurs sources d'inspiration et d'innovation. 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.

Effectif mondial	2006	2005	2004
Investissement formation *(en millions d'euros)*	52,1	44,6	46,6
Part de la masse salariale *(en %)*	2,8	2,3	2,8
Nombre moyen de jours de formation par salarié	5,0	3,5	2,9
Coût moyen de la formation par salarié *(en euros)*	803	737	773
Salariés formés au cours de l'année *(en %)*	70,6	72,3	70,6

L'investissement formation réalisé en 2006 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 52,1 millions d'euros, soit 2,8 % de la masse salariale, en progression de 17 % par rapport à 2005.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein a été de 800 euros et a permis la réalisation de 325 000 journées de formation en 2006.

70,6 % des salariés ont eu accès à la formation en 2006 et le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 5 jours. Ces formations sont réparties équitablement entre les catégories professionnelles et les zones géographiques.

Répartition de l'investissement formation par zone géographique et catégorie professionnelle

	France	Europe [1]	USA	Japon	Asie [2]	Autres marchés
Investissement formation *(en millions d'euros)*	20,1	9,0	12,6	4,0	5,4	1,0
Part de la masse salariale *(en %)*	3,2	2,3	3,0	2,5	2,5	2,7
Salariés formés au cours de l'année *(en %)*	67	63	71	82	80	66
dont : Cadres	67	69	69	70	77	66
Techniciens et Responsables d'équipe	66	68	49	79	70	59
Employés administratifs et Personnel de vente	69	71	78	84	83	76
Personnel de production	66	37	36	NA	77	27

(1) Hors France.
(2) Hors Japon.

Par ailleurs, LVMH organise des séminaires d'intégration et de sensibilisation des nouveaux entrants à la culture du Groupe, à ses valeurs ainsi qu'à ses principes fondamentaux de management et à la connaissance de ses marques. Plus de 14 800 collaborateurs ont bénéficié de tels séminaires en 2006.

5.6 Hygiène et sécurité

En 2006, il a été dénombré 1 175 accidents de travail ou de trajets avec arrêt de travail, qui se sont traduits par 24 467 journées de travail perdues.

La répartition des accidents avec arrêt, par groupe d'activités et par zone géographique, est la suivante :

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence [1]	Taux de gravité [2]
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	216	28,40	0,71
Mode et Maroquinerie	238	8,31	0,21
Parfums et Cosmétiques	238	11,03	0,27
Montres et Joaillerie	15	4,76	0,18
Distribution sélective	461	15,12	0,22
Autres activités	7	5,04	0,52
Répartition par zone géographique			
France	554	19,79	0,48
Europe (hors France)	220	11,31	0,24
États-Unis	175	10,09	0,15
Japon	4	0,28	0,01
Asie (hors Japon)	123	7,29	0,15
Autres marchés	99	30,91	0,48
Groupe LVMH	**1 175**	**12,79**	**0,27**

(1) Le Taux de fréquence est égal au nombre d'accidents avec arrêt, multiplié par 1 000 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées.
(2) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées.

Près de 13,8 millions d'euros ont été investis en Hygiène et sécurité en 2006. Ces sommes intègrent les dépenses de médecine du travail, les équipements de protection et les programmes d'amélioration de la sécurité des personnes et de l'hygiène : mise en conformité des nouveaux équipements, signalisations, renouvellement des outils de protection, formation prévention incendie, réduction de l'impact du bruit…

Le montant global des dépenses et investissements relatifs à l'amélioration de l'hygiène, de la sécurité et des conditions de travail s'élève ainsi à 36,4 millions d'euros soit 2,0 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Plus de 12 400 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe dans le monde.

5.7 Relations professionnelles

5.7.1 Bilan des accords collectifs

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

Au cours de l'année 2006, les représentants du personnel ont participé à près de 1 300 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'Entreprise	553
Délégués du Personnel	389
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de travail	175
Autres	179
Total	**1 296**

Ces réunions ont notamment permis la signature de 111 accords d'entreprise, principalement dans le cadre de la négociation annuelle sur les salaires et le temps de travail, de l'intéressement des salariés (accords d'intéressement, Plan Épargne Entreprise) et des classifications professionnelles.

5.7.2 Œuvres sociales et prestations complémentaires

En 2006, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 11,9 millions d'euros, soit 1,9 % de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles par leur contribution aux Comités d'Entreprise.

Les frais de restauration du personnel représentent un budget de 10,7 millions d'euros.

5.8 Relations avec les tiers

5.8.1 Relations avec les fournisseurs

L'essentiel des activités de production du Groupe se situe en France, en Italie et en Espagne. De même, 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. Par exemple, Moët & Chandon signe un engagement éthique avec ses sous-traitants, véritable cahier des charges qui concerne entre autres le respect de l'environnement et le respect des droits fondamentaux du travail. Des audits sont effectués auprès des fournisseurs. Sephora inclut le respect des droits des salariés, le non-travail des enfants, la non-discrimination, le respect du temps de travail et de l'environnement dans les cahiers des charges de ses fournisseurs. Louis Vuitton a mis en place une démarche éthique de pré-audits sociaux basée sur le respect des réglementations locales et des standards définis par la Norme SA 8000 qui se base sur les conventions de l'OIT : non-travail des enfants, conditions de travail, hygiène et sécurité, représentation et droit à la négociation collective, non-discrimination, pratiques disciplinaires, temps de travail et rémunération. Pour mener à bien un pré-audit social de façon autonome, les acheteurs Louis Vuitton reçoivent une formation théorique présentant la démarche et les critères ainsi qu'une formation pratique sur le terrain en étant accompagnés par un auditeur social. À fin 2006, 53 pré-audits sociaux SA 8000 ont été réalisés aboutissant à la qualification de 27 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 et un « Vendor Profile Questionnaire », document signé par le sous-traitant lors de la demande de pré-approbation. La société a également instauré un « Vendor Compliance Agreement » qui prévoit des audits indépendants des fournisseurs pour vérifier que les engagements sont respectés. De la même manière TAG Heuer demande à tous ses nouveaux fournisseurs étrangers un engagement écrit sur le respect des engagements de responsabilité sociale définis dans la norme SA 8000. Il en est de même pour les sociétés Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy et Guerlain qui ont mis en place des cahiers des charges comportant la conformité aux dispositions de 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.

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

LVMH pratique une politique de maintien et de développement de l'emploi. Grâce au développement soutenu de nos marques, de nombreux emplois commerciaux sont créés dans l'ensemble des pays où nous sommes présents, en particulier dans le cadre de l'extension du réseau de magasins en propre.

En France, la Samaritaine, qui a été contrainte de fermer ses portes afin de réaliser des travaux de mise en sécurité, a mis en place un dispositif exceptionnel d'accompagnement afin de trouver une solution de redéploiement professionnel adaptée à la situation individuelle de chaque salarié. Ce 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 2006.

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 (les deux tiers de l'effectif travaillent en dehors de la région parisienne), mène régulièrement des actions favorisant l'emploi local.

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

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

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-bac 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 4 périodes de cours (1 mois chacune) et de 4 périodes de stage (1 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.

En France, signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe s'est engagé à promouvoir la formation et la qualification des jeunes notamment en valorisant cette filière et en accroissant le nombre d'apprentis. 185 jeunes étaient en contrat d'apprentissage à fin 2006 et près de 240 contrats de professionnalisation et apprentissage ont été signés au cours de l'année. 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.

5.9 Respect des conventions internationales

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

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

6. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2006 le périmètre suivant :

- les sites de production et les entrepôts détenus et/ou exploités par les sociétés que le Groupe détient à plus de 50 % ou sur lesquelles est exercé un contrôle opérationnel ;
- les magasins français de Sephora et de Louis Vuitton, Le Bon Marché et les principaux magasins 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 2006 le reporting porte sur 412 sites (403 sites en 2005) ; 22 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 2005 sont constituées de l'intégration de Glenmorangie, de certains magasins DFS et Louis Vuitton, et des activités de mode et maroquinerie de Givenchy et Kenzo. L'activité de Glenmorangie fait évoluer significativement certains indicateurs.

Le reporting de 2006 n'intègre pas :

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

Par rapport au périmètre de consolidation comptable, le périmètre environnement couvre en 2006 :

- 96 % en nombre des sites de production, entrepôts et sites administratifs du Groupe ;
- 45 % de la totalité des surfaces de vente du Groupe.

Conformément au décret n° 2002-221 du 20 février 2002, dit « décret NRE », sont indiquées dans les paragraphes suivants la nature et l'importance des seuls impacts pertinents et significatifs au regard de l'activité. Depuis l'exercice 2002 le reporting environnemental Groupe annuel fait l'objet d'une vérification par le département Environnement et Développement Durable d'Ernst & Young, commissaire aux comptes du Groupe : les indicateurs vérifiés sont identifiés par le symbole ☑.

6.1 Consommation de ressources en eau, matières premières et énergie

6.1.1 Consommation d'eau

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

- besoins « process » : utilisation de l'eau pour les opérations de nettoyage (cuves, produits, appareils, sols), la climatisation, le personnel…, 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 m³)	2006	2005	Évolution (%)
Besoins process ☑	2 464 175 (1)	1 438 884	71
Besoins agricoles (irrigation des vignes) ☑	6 870 975	6 648 138	3

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie et de magasins DFS et Louis Vuitton).

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a augmenté de 71 % en valeur absolue entre 2005 et 2006 et atteint environ 2,46 millions de m³. À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les prélèvements d'eau représentent environ 3,8 milliards de m³ (données IFEN, 2005). Cette augmentation est principalement liée à l'intégration de Glenmorangie et de magasins DFS. La fabrication du whisky nécessite d'importantes quantités d'eau lors du maltage, du brassage et de la distillation.

Chez Louis Vuitton, dans l'atelier d'Issoudun, la consommation d'eau après modification de l'alimentation de la station d'épuration a été réduite de 50 %.

Chez Parfums Christian Dior, la poursuite du plan d'actions a porté ses fruits, la consommation d'eau ayant diminué de plus de 10 % en 2006, ce qui représente plus de 40 000 m³ d'eau.

Consommation d'eau par groupe d'activités

(besoins process, en m³)	en 2006	en 2005	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	1 428 090 (1)	618 458	131
Parfums et Cosmétiques	348 996	447 465	(22)
Mode et Maroquinerie	231 986 (3)	131 897	76
Montres et Joaillerie	15 700	13 389	17
Distribution sélective	423 631 (2)	209 586	102
Holding	15 772	18 089	(13)
Total	**2 464 175**	**1 438 884**	**71**

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie).
(2) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de certains magasins DFS).
(3) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de certains magasins Louis Vuitton).

L'utilisation de l'eau est nécessaire à la vie des vignes en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande en raison du climat. L'irrigation est étroitement encadrée par les autorités locales qui délivrent des autorisations 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 et Cape Mentelle ;
- mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau : analyses de l'humidité du sol, des feuilles, inspections visuelles des vignes, adaptation de l'approvisionnement selon les besoins de chaque parcelle (Domaine Chandon Australie) ;
- pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte : entre 73 et 100 % des surfaces viticoles de chaque domaine sont désormais couvertes par cette pratique ;
- anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation (stations météorologiques chez Domaine Chandon Californie) ;
- vérifications périodiques des systèmes d'irrigation pour éviter les risques de fuites ;
- pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui limite l'utilisation de l'eau et améliore la qualité des raisins, la taille de la vigne permettant par ailleurs une concentration des arômes et de la couleur.

6.1.2 Consommation d'énergie

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

En 2006, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 492 705 MWh répartis entre les sources suivantes : 52 % d'électricité, 26 % de gaz naturel, 12 % de fioul lourd, 4 % de vapeur, 3 % de fioul et 3 % de butane-propane.

Cette consommation provient, en ordre décroissant, des activités Vins et Spiritueux (42 %), Distribution sélective (25 %) Parfums et Cosmétiques (16 %) et Mode et Maroquinerie (14 %) ; les 3 % restants sont générés par les Montres et Joaillerie et l'activité administrative de la holding.

À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité sont de 126 000 000 MWh (données MINEFI, 2005) et celles de gaz de 184 000 000 MWh (données MINEFI, 2005).

Consommation d'énergie par groupe d'activités

(en MWh)	2006	2005	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	208 478	110 762 (1)	88
Parfums et Cosmétiques	80 819	81 635	(1)
Mode et Maroquinerie	66 731	66 049	1
Montres et Joaillerie	7 771	7 829	(1)
Distribution sélective	122 969	91 826 (2)	34
Holding	5 937	6 905	(14)
Total ☑	**492 705**	**365 006**	**35**

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie).
(2) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de certains magasins DFS).

Consommations par source d'énergie en 2006

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Vapeur	Fioul	Butane Propane
Vins et Spiritueux	61 776	54 389	57 021	15 188	10 972	9 132
Parfums et Cosmétiques	39 883	37 854	5	1 087	1 990	0
Mode et Maroquinerie	38 148	22 256	-	235	1 140	4 952
Montres et Joaillerie	3 058	4 128	-	-	585	-
Distribution sélective	106 354	11 387	-	4 728	500	0
Holding	4 928	420	-	551	38	0
Total	**254 147**	**130 434**	**57 026**	**21 789**	**15 225**	**14 084**

6.1.3 Consommations de matières premières

Étant donné la variété des activités du Groupe, le seul 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.

Emballages mis sur le marché

(en tonnes)	2006	2005	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	148 121	117 735	26 (1)
Parfums et Cosmétiques	19 042	16 678	14
Mode et Maroquinerie	2 298	2 269	1
Montres et Joaillerie	493	213	131 (2)
Distribution sélective	1 676	1 502	12
Total ☑	**171 630**	**138 397**	**24**

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie).
(2) Augmentation liée à l'augmentation de l'activité.

Répartition du poids total d'emballages consommés, par type de matériau, en 2006

(en tonnes)	Verres	Papier-carton	Plastiques	Métal	Autres matériaux d'emballages
Vins et Spiritueux	130 317	14 553	726	1 169	1 356
Parfums et Cosmétiques	10 269	3 946	4 117	453	257
Mode et Maroquinerie	-	1 822	-	-	476
Montres et Joaillerie	1	461	10	13	8
Distribution sélective	39	1 383	253	1	-
Total	**140 626**	**22 165**	**5 106**	**1 636**	**2 097**

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

6.2.1 Utilisation des sols

Les pollutions du sol liées aux implantations 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, en dehors de la viticulture, les activités de production du Groupe utilisent peu les sols.

La pratique de la viticulture raisonnée, méthode alliant une grande technicité au respect de la tradition, recouvre toutes les étapes de la vie du vignoble. Utilisée depuis plusieurs années par le groupe d'activités Vins et Spiritueux, elle a été encore développée cette année. Veuve Clicquot et Moët & Chandon s'appuient sur le référentiel de viticulture raisonnée élaboré par le Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne. Ainsi, chez Moët & Chandon, les actions en faveur de la réduction des consommations d'herbicides et la mise en œuvre de l'enherbement se poursuivent. Au bilan de 2006 : la mise en place de nouveaux équipements de désherbage de précision, l'enherbement de 100 % des fourrières (soit 80 hectares situés en pourtour des vignes), l'expérimentation, à grande échelle, de l'enherbement par semis de céréales d'hiver (18 hectares)… De même, 55 % de la surface du vignoble de Veuve Clicquot est en « enherbement naturel » et Veuve Clicquot continue à associer ses fournisseurs de raisins à cette démarche : tous les vignerons livreurs peuvent trouver l'assistance technique nécessaire auprès d'un ingénieur agronome, engagé à temps plein pour servir de relais entre eux et les instances techniques champenoises. Plus de 80 % des surfaces viticoles sont ainsi couvertes par la démarche de viticulture raisonnée.

Des pratiques de viticulture raisonnée sont également mises en œuvre par les Maisons d'Estates & Wines en Australie, Nouvelle-Zélande et Californie : développement de l'enherbement, solutions alternatives à l'utilisation de certains insecticides, contrôle de l'érosion des sols…

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

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

Les émissions de gaz à effet de serre estimées en tonne équivalent CO_2 (dioxyde de carbone) proviennent de la consommation d'énergie des sites, définie dans le paragraphe 6.1.2. Elles incluent les émissions directes (combustion sur site) et les émissions indirectes (provenant de la production d'électricité et de vapeur utilisée par les sites).

Répartition des émissions par activité en 2006

	Émissions de CO_2	Évolution en 2006 (%)	Émissions de CO_2 directes	Émissions de CO_2 indirectes
Vins et Spiritueux	47 592 (1)	122	32 001	15 591
Parfums et Cosmétiques	11 330	1	8 171	3 159
Mode et Maroquinerie	13 658	9	5 919	7 739
Montres et Joaillerie	1 203	(2)	989	214
Distribution sélective	31 977 (2)	43	2 431	29 546
Holding	564	(16)	95	469
Total ☑	**106 324**	**53**	**49 606**	**56 718**

(1) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie : impact de la distillation sur les émissions).
(2) Augmentation liée à l'évolution du périmètre (intégration de certains magasins DFS du fait de leur localisation géographique : à consommation d'électricité égale, les émissions de CO_2 sont proportionnellement plus élevées en Australie, Chine et Nouvelle-Zélande qu'en France, où sont concentrés tous les autres sites inclus dans le périmètre).

Hennessy continue à privilégier le transport de ses produits par bateau, mode de transport qui émet 85 fois moins de gaz à effet de serre que l'avion : 91 % en tonnes.kilomètres des produits Hennessy ont été ainsi expédiés par ce mode de transport, 8 % par la route et 1 % par le rail. Des diagnostics énergétiques ont été menés avec le soutien de l'ADEME sur le site administratif de « La Richonne » et sur le site industriel de « La Vignerie » qui représentent ensemble 62 % de la consommation énergétique de Hennessy. Ils ont mis en évidence une bonne maîtrise d'Hennessy en matière de consommation d'énergie.

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 Veuve Clicquot est limité aux cas d'extrême urgence soit moins de 0,3 % des expéditions.

Après établissement d'un Bilan Carbone ayant démontré l'impact majeur du transport aérien en termes d'émissions de gaz à effet de serre, Louis Vuitton poursuit son plan d'action pour développer le recours au transport maritime. Ce plan d'action porte toutes ses promesses : en 2006 plus de 60 % des envois d'articles de maroquinerie ont été réalisés par bateau pour alimenter les 368 magasins de Louis Vuitton. Nouveauté 2006, 70 % des produits sont également acheminés par transport fluvial entre Gennevilliers, tout proche du centre logistique central de Louis Vuitton et Le Havre. La rationalisation des déplacements des salariés qui représente 12 % de la consommation d'énergie de Louis Vuitton, se poursuit : rationalisation des voyages Europe-Asie-Etats-Unis, et multiplication des visio-conférences sont autant d'actions déployées pour réduire les consommations d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre associées. Enfin, le nouveau système d'éclairage à iodure métallique est installé avec succès dans tous les nouveaux magasins ; il permet de réduire de plus de 40 % la consommation énergétique des magasins.

Kenzo Parfums achemine également désormais par voie maritime plus de 50 % de sa production destinée à l'Asie.

6.2.3 Émissions dans l'eau

Les émissions retenues sont les rejets, par les activités Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques, de substances concourant à l'eutrophisation. Les autres activités du Groupe n'ont qu'un très faible impact sur la qualité de l'eau. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de leur oxygénation, néfaste pour l'environnement. Le paramètre de mesure utilisé est la demande chimique en oxygène (DCO), calculée après traitement des effluents dans les stations détenues en propres ou dans les stations externes avec lesquelles les sites ont des conventions. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage.

DCO après traitement *(tonne / an)*	2006	2005	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	2 696,7	143,3	1 781,9 (1)
Parfums et Cosmétiques	8,8	6,2	41,9
Total ☑	**2 705,5**	**149,5**	**1 709,7**

(1) L'augmentation est liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie). Le processus de fabrication du whisky est un processus continu qui génère des quantités significatives de matières organiques contenues dans les effluents rejetés aux étapes de brassage, fermentation et distillation. Aucun coefficient d'épuration n'a été appliqué aux effluents rejetés dans la mer (cas de deux distilleries), pratique actuelle légalement autorisée dans l'ensemble de la région productrice de whisky écossais.

6.2.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 93 % des déchets ont été valorisés, 86 % en 2005.

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.

Déchets produits en 2006

(en tonnes)	Déchets dangereux ou spéciaux en 2006 (1)	Déchets produits en 2006	Déchets produits en 2005	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	136	72 946	26 148	179 (3)
Parfums et Cosmétiques	479 (2)	6 937	7 824	-11
Mode et Maroquinerie	56	4 686	19 275	-76
Montres et Joaillerie	8	184	173	6
Distribution sélective	41	3 653	1 783	105 (4)
Holding	0	208	206	1
Total ☑	**720**	**88 614**	**55 409**	**60**

(1) Déchets nécessitant un tri et un traitement séparés des déchets dits «banals» (cartons, plastiques, bois, papiers,...).
(2) Certains produits écartés du circuit de production sont assimilés à des déchets dangereux et sont traités dans la filière «déchets spéciaux» pour éviter toute contrefaçon.
(3) L'augmentation est liée à l'évolution du périmètre (intégration de Glenmorangie). Le processus de fabrication du whisky génère des quantités significatives de déchets organiques lors des étapes de brassage et de fermentation.
(4) L'augmentation est liée à l'évolution du périmètre (intégration de certains magasins DFS).

Valorisation des déchets en 2006

(en %)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	39	58	1	98
Parfums et Cosmétiques	10	48	30	88
Mode et Maroquinerie	3	41	17	61
Montres et Joaillerie	11	39	33	83
Distribution sélective	-	35	51	86
Holding	-	52	47	99
Total	**32**	**55**	**6**	**93**

En 2003, 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 des déchets de 10 % sur 2 ans. Fin 2006, les objectifs ont été atteints : une réduction de près de 100 tonnes de déchets (en particulier pour le bois, le papier et le carton), une valorisation quasi-maximale (93 % en 2003 contre près de 100 % en 2006), une nette amélioration du tri (diminution des déchets non triés de 20 %). Les principales actions mises en œuvre ont été : réutilisation des emballages de transport, réduction de leur masse, augmentation de la part recyclée. Au-delà du projet ADEME, les actions de réduction continuent : collaboration avec les fournisseurs pour réduire les conditionnements des matières achetées, étude de la bouteille de verre allégée (validation industrielle au 1er semestre 2007 et déploiement pour fin 2007), étude prospective sur la valorisation énergétique des souches d'arrachage et mise en œuvre de l'éco-conception (projets-pilote sur des articles de merchandising Moët & Chandon).

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

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

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

Suivant l'exemple de Parfums Christian Dior, qui depuis 1989 a annoncé publiquement sa décision, les différentes marques du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques ne pratiquent plus de tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits cosmétiques. En outre, depuis plusieurs années, LVMH, en collaboration avec des équipes universitaires, a mis en place un programme de recherche visant à développer 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

Il existe au sein du Groupe une direction de l'environnement. En 2001, LVMH a établi une « Charte environnementale » signée par le Président du Groupe ; celle-ci 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 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 de 8 680 heures (☑).

Les cadres rejoignant le Groupe reçoivent une information sur la politique environnementale du Groupe, les outils disponibles et le réseau environnement dans le cadre du séminaire d'intégration.

Chez Louis Vuitton Malletier, plus de 1 100 heures de formation et de sensibilisation ont été dispensées à 1 650 personnes dans le cadre des démarches de certification ISO 14001, du programme d'économie d'énergie ou du lancement du nouveau centre logistique Haute Qualité Environnementale.

Un module de formation sur Internet a été développé, il est accessible à l'ensemble des collaborateurs via l'intranet environnement et destiné plus particulièrement aux nouveaux correspondants environnement.

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 ;
- Veuve Clicquot a distribué à l'ensemble de ses forces de vente un « leaflet » environnement ;
- la direction de l'environnement a publié une Lettre aux Présidents, Attitude, distribuée également à l'ensemble des membres des comités exécutifs des Maisons du Groupe ;
- Parfums Givenchy et Moët & Chandon ont intégré des modules de sensibilisation à l'environnement dans les livrets d'accueil et les formations des 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 petits gestes qui, effectués au quotidien, permettent de diminuer les impacts sur l'environnement.

En matière de prévention des risques, de nombreuses actions ont été menées en 2006.

Chez Hennessy, des synthèses de Fiches de Données de Sécurité ont été réalisées pour chaque produit chimique utilisé. De petit format, elles contiennent des informations claires et concises ; elles peuvent être affichées au poste de travail et tiennent également dans la poche des utilisateurs. Hennessy a également réalisé un guide des bonnes pratiques environnement, sécurité alimentaire et sécurité. L'ambition est de proposer un outil pratique aux différentes entreprises intervenant sur site ; recueil de bonnes pratiques, le guide invite par exemple les entreprises à s'assurer que leurs collaborateurs disposent des formations et compétences requises ou encore à réaliser un meilleur contrôle du tri des déchets générés lors de leurs interventions sur les sites Hennessy.

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

6.4.2 Démarches d'évaluation ou de certification

Chaque société du Groupe est responsable localement et doit, conformément à la Charte Environnement LMVH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement, notamment en définissant sa propre politique environnementale et en se fixant des objectifs. 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). Conformément à ses engagements, Hennessy a complété l'extension de son périmètre de certification ISO 14001 en certifiant en 2006 la SODEPA, filiale vitivinicole de Hennessy, en charge de la gestion de ses espaces verts.

La totalité de sites des sociétés Krug et Veuve Clicquot sont certifiés ISO 14001. Dans ce cadre, 13 audits internes Veuve Clicquot ont été réalisés au cours de l'année 2006.

La démarche de certification des sites Moët & Chandon a été initiée. La certification devrait intervenir au second trimestre 2007. C'est alors l'ensemble du pôle Cognac et Champagne de LVMH qui sera certifié.

La démarche ISO 14001 se poursuit également chez Louis Vuitton : après la certification de l'atelier de Barbera en 2004, l'entrepôt de logistique de Cergy et le siège (site de Pont-Neuf) en France ont débuté la démarche avec un objectif de certification courant 2007.

En 2004 a été créée dans les filiales du Groupe une équipe d'« auditeurs environnement » constituée de collaborateurs occupant une fonction technique (services généraux, qualité, industrialisation, maintenance, environnement…), juridique ou financière. Elle compte à ce jour 11 collaborateurs. Ils sont capables de faire rapidement un bilan de l'état environnemental d'un site, à la demande d'une Maison. Ils ont suivi une formation de trois jours à la technique d'audit environnemental, suivie par une journée d'audit sur le terrain dans le Groupe. Trois sociétés ont ainsi fait contrôler leur site en 2006.

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

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

Pour assurer ce suivi, les sociétés du Groupe sont régulièrement auditées, que ce soit par des tiers externes, des assureurs, ou des auditeurs internes, ce qui leur permet de tenir à jour leur plan de suivi de conformité. En 2006, 25 audits environnement externes et 25 audits environnement internes (☑) ont été effectués sur les sites. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, sur l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver : gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement ; il donne lieu à un rapport écrit 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 2006.

Les principales mesures de mise en conformité vis-à-vis de la législation et la réglementation environnementales en 2006 concernent les Maisons de Montres et Joaillerie et de Distribution sélective. Les exigences relatives à la directive 2002/96/EC concernant les Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques et à sa mise en œuvre en France ont été intégrées dans les pratiques des Maisons concernées.

Parfums Christian Dior et Parfums Givenchy ont réalisé leur plan de gestion des solvants conformément aux exigences de l'arrêté du 29 mai 2000. Le site de Saint-Jean de Braye de Parfums Christian Dior a également débuté la mise à jour de son dossier d'autorisation d'exploiter.

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

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

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

En 2006, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est réparti comme suit :

- charges d'exploitation : 5,9 millions d'euros ;
- investissements : 3,2 millions d'euros.

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

Aucune provision pour risques environnementaux n'a été constituée au titre de l'exercice 2006.

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 de production alternatives 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 ; celle-ci réglemente toutes les substances utilisées par l'industrie cosmétique et impose la réalisation d'une évaluation du risque pour chaque produit mis sur le marché, prenant en compte les conditions d'emploi. Par ailleurs, le comité scientifique des produits de consommation (SCCP) de la Commission européenne évalue la sécurité des substances utilisées dans les produits cosmétiques de façon constante.

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

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

Dans le domaine de l'environnement, l'évolution des connaissances scientifiques et/ou de la réglementation conduit parfois le Groupe à la substitution de certains ingrédients. Ainsi, il a été décidé de ne plus utiliser le triclosan dans les produits du fait de son risque environnemental, alors même que la sécurité du consommateur a été évaluée favorablement par les instances scientifiques européennes (Comité scientifique directeur et SCCP) en 2002. Son remplacement a donc été effectué au fur et à mesure du renouvellement des produits.

7. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

7.1 Production

Vins et Spiritueux

Le Groupe est propriétaire de vignobles en France et à l'étranger, aux superficies suivantes :

(en hectares)	2006	dont en production	2005	dont en production
France :				
Appellation Champagne	1 770	1 678	1 764	1 658
Appellation Cognac	246	189	250	177
Yquem	188	98	188	100
Étranger :				
Californie (États-Unis)	466	336	465	318
Argentine	1 369	765	1 369	765
Australie, Nouvelle-Zélande	558	331	559	317
Brésil	232	63	232	63

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

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des « wineries », des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, en Grande-Bretagne et en Pologne. L'ensemble représente environ 700 000 m^2 en France et 300 000 m^2 à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses quatorze 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. Les entrepôts sont la propriété de la société en France mais sont en location dans le reste du monde. L'ensemble des ateliers et entrepôts en propriété représente environ 150 000 m^2.

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.

Fendi est propriétaire de son site de production près de Florence en Italie.

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

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

Kenzo est propriétaire d'installations de logistique près de Tours en France ; ces bâtiments sont utilisés pour Kenzo, Celine et Givenchy.

Rossimoda est propriétaire de ses bureaux et de son atelier de production à Strà et Vigonza en Italie.

Les autres installations utilisées par le groupe d'activités sont en location, ou comprises dans des prestations de sous-traitance industrielles.

Parfums et Cosmétiques

Les installations de Recherche et Développement des activités Parfums et Cosmétique du Groupe, de fabrication et de distribution de Parfums Christian Dior, près d'Orléans en France, sont la propriété de Parfums Christian Dior, l'ensemble représentant 58 000 m^2.

Les deux centres de production de Chartres et Orphin en France appartiennent à Guerlain, l'ensemble représentant environ 27 000 m^2.

Parfums Givenchy possède deux usines en France à Beauvais et à Vervins, d'une surface totale de 19 000 m^2, cette dernière unité assurant la production à la fois des lignes de produits Givenchy et Kenzo. La société possède également des installations de logistique à Hersham en Grande-Bretagne.

La Brosse et Dupont possède des ateliers de production, des entrepôts et des bureaux en France et en Pologne ; l'ensemble représente une surface totale d'environ 50 000 m^2.

Montres et Joaillerie

TAG Heuer loue l'ensemble de ses installations industrielles en Suisse à La Chaux-de-Fonds et dans le Jura Suisse.

Zenith est propriétaire de la Manufacture où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle (Suisse). Les entrepôts situés en Europe sont loués.

Omas est propriétaire de ses bureaux et de son atelier de production à Bologne en Italie.

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

7.2 Distribution

La distribution des produits du Groupe est réalisée principalement dans des boutiques exclusives. Ce réseau de magasins est le plus souvent en location, le Groupe LVMH n'étant que très exceptionnellement propriétaire des murs.

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins de Tokyo, Guam, Hawaï, Séoul, Taipei, Sydney, Copenhague, Stockholm, Rome, Gêne, Cannes, et Saint-Tropez ; l'ensemble représente environ 10 000 m^2.

Celine et Loewe sont également propriétaires de certains magasins, à Paris et en Espagne.

Dans la Distribution sélective :

- les enseignes parisiennes du Bon Marché, de Franck et Fils et de la Samaritaine sont propriétaires de leurs magasins, qui représentent des surfaces de ventes d'environ 150 000 m^2;
- DFS est propriétaire de ses magasins de Waïkiki (Hawaii), Tumon Bay Galleria (Guam) et Saïpan.

Au 31 décembre 2006, ce réseau de magasins est réparti de la façon suivante :

(en nombre de magasins)	**2006**	2005	2004
France	288	278	278
Europe (hors France)	456	422	413
États-Unis	394	365	345
Japon	278	262	252
Asie (hors Japon)	363	329	338
Autres marchés	80	67	67
Total	**1 859**	**1 723**	**1 693**

(en nombre de magasins)		**2006**	2005	2004
Mode et Maroquinerie :	Louis Vuitton	368	345	340
	Autres marques	586	546	556
		954	891	896
Parfums et Cosmétiques		48	43	43
Montres et Joaillerie		82	70	59
Distribution sélective :	Sephora	621	558	521
	Autres	149	156	169
		770	714	690
Autres		5	5	5
Total		**1 859**	**1 723**	**1 693**

7.3 Établissements administratifs et immeubles locatifs

Les bâtiments administratifs du Groupe sont le plus souvent en location, à l'exception de sièges sociaux de certaines marques, en particulier ceux de Louis Vuitton, Parfums Christian Dior ou Zenith.

Le Groupe détient 40 % de la société propriétaire de l'immeuble où se trouve son siège social avenue Montaigne à Paris ; le Groupe détient en outre deux immeubles à New York (environ 17 000 m^2) et un immeuble à Osaka (environ 5 000 m^2) hébergeant des filiales.

Enfin, le Groupe est propriétaire d'immeubles locatifs, essentiellement à Paris, principalement autour de la Samaritaine et du Bon Marché, représentant environ 50 000 m^2.

8. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est partie à diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de propriété intellectuelle, la protection des réseaux de Distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales, et toutes autres matières inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au bilan, au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de manière significative en cas d'issue défavorable.

Le Groupe fait l'objet actuellement d'une contestation de ses droits incorporels au titre d'une licence ; à la date d'établissement du présent document de référence, l'issue de cette contestation est estimée aléatoire mais le Groupe reste confiant qu'il fera valoir ses droits.

En février 2007, LVMH et Morgan Stanley ont décidé d'un commun accord de mettre un terme au litige qui les opposait concernant certaines analyses et publications relatives à LVMH diffusées par cette banque et qui avait donné lieu à un arrêt de la Cour d'Appel de Paris en date du 30 juin 2006.

À la suite de la décision rendue en mars 2006 par le Conseil de la Concurrence dans le secteur de la parfumerie de luxe en France, les sociétés concernées du Groupe ont formé un recours en annulation devant la Cour d'Appel de Paris. L'audience se tiendra le 24 avril 2007.

9. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS A LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes, ainsi qu'à la date d'établissement de ce document, aucun événement significatif n'est intervenu.

10. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

Après une excellente année 2006, LVMH est bien placé pour aborder 2007. Le Groupe va poursuivre sa stratégie de concentration sur la croissance interne et sur le développement de ses grandes marques.

LVMH se fixe comme objectif une augmentation significative de ses résultats en 2007.

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

LE GROUPE LVMH

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

		Page
1.	PRÉPARATION ET ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	64
2.	PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE	66
3.	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE CONTRÔLE INTERNE	71

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

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

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

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

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

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

1.1 Conseil d'Administration

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

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

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

Les administrateurs doivent détenir personnellement un minimum de 500 actions.

Au cours de l'exercice 2006, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois sur convocation écrite de son Président, adressée à chacun des Administrateurs une semaine au moins avant la date de la réunion. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 84 % en moyenne.

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

Le montant total des jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration au titre de l'exercice 2006 s'est élevé à 1 110 000 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, d'examiner les comptes sociaux et consolidés avant leur soumission au Conseil d'Administration, et de veiller à la mise en œuvre effective du contrôle interne du Groupe.

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

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2006. Toutes les réunions ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que celle des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Juridique, et en fonction des sujets abordés, du Directeur du Financement et du Directeur de la Trésorerie.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés, les travaux du Comité ont porté principalement sur la politique de couverture de change, l'évaluation des marques et écarts d'acquisition, les opérations liées à la couverture de plans d'options ainsi que sur la constitution de la Fondation d'entreprise Louis Vuitton pour la Création.

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 2006 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.

1.6 Politique de rémunération des mandataires sociaux

Jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration

L'Assemblée Générale détermine le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'Administration.

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'Administration et, le cas échéant, des censeurs sur proposition du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations.

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations peut proposer que tout ou partie des jetons de présence soit attribué en fonction de la participation des membres du Conseil d'Administration aux réunions de celui-ci.

Au titre de l'année 2006, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 110 000 euros à titre de jetons de présence. Ces jetons sont répartis entre les Administrateurs et les Censeurs selon une clé de répartition définie par le Conseil d'Administration et qui prend en compte les fonctions exercées au sein du Conseil et des Comités.

Autres rémunérations

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

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

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 2006 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la note 30.3 de l'annexe aux comptes consolidés.

2. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE

2.1 Démarche de contrôle interne au sein du Groupe LVMH

2.1.1 Le fonctionnement du Groupe requiert un modèle de contrôle interne dynamique

LVMH rassemble, sous le concept fédérateur du luxe, un ensemble de cinq groupes d'activité :

- Vins et Spiritueux ;
- Mode et Maroquinerie ;
- Parfums et Cosmétiques ;
- Montres et Joaillerie ;
- Distribution sélective.

Ces groupes d'activité sont eux-mêmes composés de sociétés de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, elles-mêmes divisées en filiales, notamment de distribution, à travers le monde.

Cette organisation permet à la fois l'indépendance des marques, gage de créativité, 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 au niveau du Holding LVMH SA et déployés à travers le Groupe. Cette organisation implique que le pilotage du processus de contrôle interne soit de la responsabilité des directions générales des entités opérationnelles et juridiques.

2.1.2 Les objectifs du contrôle interne

Les objectifs du contrôle interne ont été établis en cohérence avec le référentiel COSO (Committee of Sponsoring Organisation of the Treadway Commission). Sous l'impulsion du Conseil d'Administration, du Comité d'Audit de la Performance, de la Direction Générale, du management et autres responsables des sociétés et filiales, le contrôle interne est destiné à fournir aux administrateurs et aux actionnaires une assurance raisonnable, mais en aucun cas absolue, quant à :

- l'exécution et l'optimisation des opérations ;
- la protection des actifs et de la valeur du patrimoine ;
- 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.

Selon la politique de contrôle interne en vigueur dans le Groupe la société mère LVMH SA est responsable de son propre contrôle interne tout en assurant un rôle de coordination et d'impulsion de l'ensemble du contrôle interne des sociétés du Groupe.

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

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. Il vise en outre à prévenir et maîtriser les risques d'erreurs et de fraudes, sans pour autant garantir une élimination absolue de ces dernières. 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.

Au niveau Groupe

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

Le Comité Exécutif
Composé des directions générales opérationnelles et fonctionnelles, le Comité Exécutif définit les objectifs stratégiques dans le cadre

des orientations déterminées par le Conseil d'Administration, coordonne leur mise en œuvre, veille au maintien de l'adéquation de l'organisation avec l'évolution de l'environnement, ainsi qu'à la définition des responsabilités et délégations de pouvoir des dirigeants et à leur application.

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

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

L'Audit Interne
Fort d'une équipe pluridisciplinaire d'une 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 restitue ses travaux à la direction de l'entité concernée et rend compte à la Direction Générale du Groupe via un rapport de synthèse et un rapport détaillé précisant les recommandations et l'engagement du Management de les appliquer dans des délais raisonnables. L'Audit Interne met les Commissaires aux Comptes en copie des rapports émis et les rencontre périodiquement pour échanger sur les points à date concernant le contrôle interne.

Les grandes orientations du plan annuel et pluriannuel d'audit ainsi que les principales conclusions de l'année en cours sont présentées au Comité d'Audit de la Performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernés. En 2006, l'Audit Interne a réalisé 51 missions qui ont couvert les processus clés des sociétés auditées, représentant 30 % des ventes du Groupe. Le suivi de la mise en œuvre des recommandations a été renforcé par des visites sur site systématiques pour les sociétés présentant les enjeux les plus significatifs.

Par ailleurs, l'Audit Interne coordonne depuis 2003 la mise en œuvre des dispositions de la Loi de Sécurité Financière relatives au contrôle interne pour le Groupe par le biais d'une cellule dédiée au contrôle interne. Cette dernière suit et anticipe les évolutions réglementaires pour adapter le dispositif de contrôle interne, si besoin est.

Cette cellule est relayée dans les sociétés les plus importantes 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.

Au niveau des filiales

Les Comités de Direction
Le comité de direction des filiales est responsable de la mise en place et du fonctionnement des contrôles nécessaires pour garantir un dispositif de contrôle interne effectif dans leur périmètre respectif. L'appropriation du contrôle interne au sein de chaque entité par les responsables opérationnels au niveau des processus métiers clés est un point majeur du dispositif de contrôle interne.

2.2.2 Le management des risques

Le Groupe identifie et analyse les principaux risques susceptibles d'affecter la réalisation de ses objectifs opérationnels, financiers et de conformité aux lois et règlements en vigueur. Il prend les mesures permettant de limiter la probabilité de la survenance de tels risques et d'en limiter les conséquences.

Certains risques propres à l'activité du Groupe font l'objet d'un suivi particulier ; ces risques sont détaillés dans le rapport de gestion du Groupe : 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 procédures élaborées par la société mère sont applicables à chaque société du Groupe. Il existe également des procédures opérationnelles propres aux différents métiers du groupe qui sont développées par les filiales.

Les systèmes d'information et télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe…) font également l'objet de procédures particulières : une mission a été lancée dans le Groupe 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. En particulier, un Plan de Continuité des Opérations ainsi qu'un Plan de Sauvegarde des Données Informatiques sont en cours de développement au niveau de la société mère LVMH SA.

2.2.4 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 Formalisation et évaluation à terme du contrôle interne : le projet LSF

Au-delà du dispositif de contrôle interne existant, le groupe LVMH a, dans le cadre de la Loi de Sécurité Financière (LSF), poursuivi en 2006 la démarche entreprise depuis 2003, de formalisation et d'évaluation à terme de son contrôle interne. Cette démarche se traduit dans un premier temps par un processus d'auto-évaluation et permettra d'aboutir à terme à une appréciation de l'adéquation et de l'efficacité du contrôle interne du Groupe.

2.3.1 La démarche

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

- la définition du périmètre LSF incluant les sociétés les plus significatives, et pour chacune d'elles ;
- l'envoi d'instructions détaillées de la Direction Générale du Groupe aux Présidents de ces sociétés ;
- 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/niveau et occurrence des risques…) permettant le pilotage des principaux risques et contrôles associés ;
- la soumission de la part du Comité de Direction de chaque entité sélectionnée d'une lettre d'affirmation signée par son Président, confirmant son appropriation et sa responsabilité sur le contrôle interne sur son périmètre en adéquation avec la revue effectuée.

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 12 processus clés (Ventes, Ventes Retail, Achats, Licences, Voyages et déplacements, Inventaire, Production, Cash, Immobilisations, RH, 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 2006 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, déploiement effectif dans les sociétés les plus significatives du Groupe, d'un outil informatique de modélisation et de pilotage du contrôle interne (« SWITCH ») aussi adopté par d'autres sociétés membres du CAC 40. De plus, afin de rendre effective leur appropriation du projet, les entités les plus importantes ont renforcé leur structure de contrôle interne en créant des relais « LSF » tout en clarifiant la cascade de responsabilité de contrôle interne au sein de leur organisation.

Par ailleurs, au niveau de la société mère LVMH SA et du Groupe, sept processus clés (Trésorerie, Financement, Fiscalité, Consolidation, Clôture des comptes, Comptabilisation flux financiers, systèmes d'information) ont été analysés en termes

de risques associés et des plans d'actions ont été définis pour remédier aux déficiences éventuelles.

2.3.2 Diligences et appréciations par les dirigeants

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

2.4 Le Contrôle Interne propre à l'information financière et comptable

2.4.1 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, destinés 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.

2.4.2 Principes comptables et de gestion

Les filiales adoptent les principes comptables et de gestion retenus par le Groupe répondant à la fois aux besoins des comptes sociaux et consolidés. Il existe ainsi une homogénéité du référentiel comptable et une harmonisation des formats et des outils de remontée des données à consolider. De plus, les reportings comptable et de gestion procèdent d'un même et unique système, ce qui garantit la cohérence des données internes et publiées.

2.4.3 Processus de Consolidation

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

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

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

2.4.4 Reporting de gestion

Toutes les entités consolidées du Groupe produisent annuellement un plan stratégique à cinq ans, un budget complet et des réestimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

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

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

L'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.

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

Conclusions

Le groupe LVMH, au-delà de son dispositif de contrôle interne déjà existant, a renforcé sa démarche progressive d'évaluation et d'optimisation de son contrôle interne, engagée depuis 2003, sur les plans tant opérationnel que financier et réglementaire.

En 2006 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 2006.

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 de l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	Alain Pons	Jeanne Boillet	Gilles Galippe

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS

	Page
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	74
BILAN CONSOLIDÉ	75
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	76
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	78
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	79
LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2006	123
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDES	127

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros, sauf résultats par action)	Notes	2006	2005	2004 [1]
Ventes	**22-23**	**15 306**	**13 910**	**12 481**
Coût des ventes		(5 481)	(5 001)	(4 373)
Marge brute		**9 825**	**8 909**	**8 108**
Charges commerciales		(5 364)	(4 892)	(4 512)
Charges administratives		(1 289)	(1 274)	(1 224)
Résultat opérationnel courant	**22-23**	**3 172**	**2 743**	**2 372**
Autres produits et charges opérationnels	**22-24**	(120)	(221)	(199)
Résultat opérationnel		**3 052**	**2 522**	**2 173**
Coût de la dette financière nette		(173)	(188)	(214)
Autres produits et charges financiers		120	45	(6)
Résultat financier	**25**	**(53)**	**(143)**	**(220)**
Impôts sur les bénéfices	**26**	(847)	(718)	(537)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	**7**	8	7	(14)
Résultat net		**2 160**	**1 668**	**1 402**
dont : part des minoritaires		281	228	208
part du Groupe		**1 879**	**1 440**	**1 194**
Résultat net, part du Groupe par action *(en euros)*	**27**	**3,98**	**3,06**	**2,55**
Nombre d'actions retenu pour le calcul		471 901 820	470 206 389	468 953 254
Résultat net, part du Groupe par action après dilution *(en euros)*	**27**	**3,94**	**3,04**	**2,53**
Nombre d'actions retenu pour le calcul		477 471 955	474 047 257	472 601 925

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

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF *(en millions d'euros)*	Notes	2006	2005	2004 [1]
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	8 227	8 530	7 838
Écarts d'acquisition, nets	4	4 537	4 479	4 048
Immobilisations corporelles, nettes	6	5 173	4 983	4 541
Participations mises en équivalence	7	126	128	115
Investissements financiers	8	504	451	718
Autres actifs non courants		658	660	628
Impôts différés	26	395	306	217
Actifs non courants		**19 620**	**19 537**	**18 105**
Stocks et en-cours	9	4 383	4 134	3 598
Créances clients et comptes rattachés	10	1 461	1 370	1 364
Impôts sur les résultats		512	317	113
Autres actifs courants	11	1 587	1 225	1 302
Trésorerie et équivalents	13	1 222	1 470	1 035
Actifs courants		**9 165**	**8 516**	**7 412**
Total de l'actif		**28 785**	**28 053**	**25 517**

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES *(en millions d'euros)*	Notes	2006	2005	2004
Capital		147	147	147
Primes		1 736	1 736	1 736
Actions LVMH auto-détenues		(1 019)	(972)	(1 006)
Réserves de réévaluation		917	658	521
Autres réserves		7 062	6 158	5 390
Écarts de conversion		(119)	292	(200)
Résultat net		1 879	1 440	1 194
Capitaux propres - part du Groupe	14	10 603	9 459	7 782
Intérêts minoritaires	16	991	1 025	893
Capitaux propres		**11 594**	**10 484**	**8 675**
Dette financière à long terme	17	3 235	3 747	4 188
Provisions à plus d'un an	18	983	949	883
Impôts différés	26	2 862	2 925	2 458
Autres passifs non courants	19	3 755	3 357	3 237
Passifs non courants		**10 835**	**10 978**	**10 766**
Dette financière à court terme	17	2 100	2 642	2 529
Fournisseurs et comptes rattachés		1 899	1 732	1 581
Impôts sur les résultats		692	373	201
Provisions à moins d'un an	18	255	305	259
Autres passifs courants	20	1 410	1 539	1 506
Passifs courants		**6 356**	**6 591**	**6 076**
Total du passif et des capitaux propres		**28 785**	**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)	Nombre d'actions							Total des capitaux propres		
		Capital	Primes	Actions LVMH et assimilés	Réserves de réévaluation	Écarts de conversion	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		14.1		14.2	14.4	14.5			16	
Au 1er 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 l'exercice		**-**	**-**	**-**	**61**	**(200)**	**1 194**	**1 055**	**150**	**1 205**
Charges liées aux plans d'options							50	50		50
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et assimilés				(124)			(9)	(133)		(133)
Dividendes et acomptes 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**	**(200)**	**6 584**	**7 782**	**893**	**8 675**
Écarts de conversion						492		492	107	599
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					137			137	(12)	125
Résultat net							1 440	1 440	228	1 668
Total des gains et pertes de l'exercice		**-**	**-**	**-**	**137**	**492**	**1 440**	**2 069**	**323**	**2 392**
Charges liées aux plans d'options							23	23	2	25
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et assimilés				34			(3)	31		31
Augmentations de capital des filiales								-	3	3
Dividendes et acomptes versés							(446)	(446)	(120)	(566)
Variations de périmètre								-	(77)	(77)
Effets des engagements d'achat de titres								-	1	1
Au 31 décembre 2005	**489 937 410**	**147**	**1 736**	**(972)**	**658**	**292**	**7 598**	**9 459**	**1 025**	**10 484**

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

(en millions d'euros)	Nombre d'actions							Total des capitaux propres		
		Capital	Primes	Actions LVMH et assimilés	Réserves de réévaluation	Écarts de conversion	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		14.1		14.2	14.4	14.5			16	
Au 31 décembre 2005	**489 937 410**	**147**	**1 736**	**(972)**	**658**	**292**	**7 598**	**9 459**	**1 025**	**10 484**
Écarts de conversion						(411)		**(411)**	(90)	**(501)**
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					259			**259**	29	**288**
Résultat net							1 879	**1 879**	281	**2 160**
Total des gains et pertes de l'exercice		**-**	**-**	**-**	**259**	**(411)**	**1 879**	**1 727**	**220**	**1 947**
Charges liées aux plans d'options							32	**32**	3	**35**
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et assimilés				(47)			(2)	**(49)**		**(49)**
Augmentations de capital des filiales								**-**	6	**6**
Dividendes et acomptes versés							(566)	**(566)**	(120)	**(686)**
Variations de périmètre								**-**	(6)	**(6)**
Effets des engagements d'achat de titres								**-**	(137)	**(137)**
Au 31 décembre 2006	**489 937 410**	**147**	**1 736**	**(1 019)**	**917**	**(119)**	**8 941**	**10 603**	**991**	**11 594**

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2006	2005	2004 (1)
I. Opérations d'exploitation				
Résultat opérationnel		3 052	2 522	2 173
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		474	639	529
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(31)	(102)	(25)
Dividendes reçus		28	47	20
Autres retraitements		(19)	(17)	11
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		**3 504**	**3 089**	**2 708**
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(174)	(222)	(215)
Impôt payé		(784)	(616)	(389)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		**2 546**	**2 251**	**2 104**
Variation des stocks et en-cours		(351)	(281)	(252)
Variation des créances clients et comptes rattachés		(146)	(67)	29
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		208	27	(88)
Variation des autres créances et dettes		31	64	92
Variation du besoin en fonds de roulement		**(258)**	**(257)**	**(219)**
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		**2 288**	**1 994**	**1 885**
II. Opérations d'investissement				
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(771)	(707)	(640)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		10	21	63
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements opérationnels		12	7	(11)
Investissements opérationnels		**(749)**	**(679)**	**(588)**
Acquisitions d'investissements financiers		(87)	(69)	(57)
Cessions d'investissements financiers	8	172	469	95
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés		(48)	(604)	(401)
Autres flux liés aux opérations d'investissements financiers		-	65	-
Investissements financiers		**37**	**(139)**	**(363)**
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement		**(712)**	**(818)**	**(951)**
III. Opérations en capital				
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires		6	3	1
Acquisitions et cessions d'actions LVMH		(48)	32	(131)
Dividendes (y compris précompte) et acomptes versés par la société LVMH		(566)	(446)	(412)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées		(120)	(120)	(109)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		**(728)**	**(531)**	**(651)**
IV. Opérations de financement				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		785	1 192	1 599
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 757)	(1 559)	(1 686)
Acquisitions et cessions de placements financiers		(181)	(40)	11
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		**(1 153)**	**(407)**	**(76)**
V. Incidence des écarts de conversion		**(10)**	**41**	**(9)**
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I + II + III + IV + V)		**(315)**	**279**	**198**
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	13	**1 080**	**801**	**603**
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	13	**765**	**1 080**	**801**
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements en crédit-bail		8	9	56

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

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

		Page
1.	PRINCIPES COMPTABLES	80
2.	VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE	86
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	88
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	90
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	91
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	92
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	93
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	94
9.	STOCKS ET EN-COURS	95
10.	CLIENTS	95
11.	AUTRES ACTIFS COURANTS	96
12.	PLACEMENTS FINANCIERS	96
13.	TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS	97
14.	CAPITAUX PROPRES	97
15.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	100
16.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	103
17.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	103
18.	PROVISIONS	106
19.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	107
20.	AUTRES PASSIFS COURANTS	108
21.	INSTRUMENTS DÉRIVÉS	108
22.	INFORMATION SECTORIELLE	111
23.	VENTES ET CHARGES PAR NATURE	113
24.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	114
25.	RÉSULTAT FINANCIER	114
26.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	115
27.	RÉSULTATS PAR ACTION	117
28.	ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	118
29.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	120
30.	PARTIES LIÉES	122
31.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	122

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général

En application du règlement européen n° 1606/2002 du 19 juillet 2002, les comptes consolidés de l'exercice 2006 sont établis en conformité avec les normes comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées dans l'Union Européenne et applicables au 14 février 2007, date d'arrêté de ces comptes par le Conseil d'Administration. Ces normes sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés.

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

1.2 Évolutions du référentiel comptable en 2006

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2006

Les normes, amendements et interprétations suivants, applicables à LVMH et mis en œuvre par le Groupe à compter du 1er janvier 2006, n'ont pas d'impact significatif sur les comptes consolidés présentés :

- Amendements de IAS 39 et IFRS 4 sur les garanties financières ;
- Interprétation IFRIC 4 sur les critères permettant de déterminer si un accord contient une convention de location implicite ;
- Amendement de IAS 21 concernant la comptabilisation de l'investissement net dans une entité consolidée située à l'étranger ;
- Révision limitée de la norme IAS 19 portant sur la comptabilisation des écarts actuariels dans le calcul des engagements sociaux et les informations à fournir.

Normes, amendements et interprétations dont l'application est optionnelle en 2006

Les normes, amendements et interprétations suivants ne seront appliqués dans les comptes consolidés qu'à compter de 2007 :

- IFRS 7 Instruments financiers – Informations à fournir ;
- Amendement de IAS 1 sur les informations complémentaires relatives au capital ;
- IFRIC 8 Champ d'application de IFRS 2, norme relative aux paiements fondés sur des actions ;
- IFRIC 9 Réexamen des dérivés incorporés ;
- IFRIC 10 Information financière intermédiaire et dépréciation.

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

1.3 Première adoption des IFRS

Les premiers comptes établis par le Groupe en conformité avec les normes IFRS l'ont été au 31 décembre 2005 avec une date de transition au 1er janvier 2004. La norme IFRS 1 prévoyait des exceptions à l'application rétrospective des normes IFRS à la date de transition ; celles retenues par le Groupe sont les suivantes :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. La comptabilisation du rapprochement des groupes Moët Hennessy et Louis Vuitton en 1987 ainsi que l'ensemble des 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 1er janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves » ;
- paiement en actions : la norme IFRS 2 sur les paiements en actions est appliquée à tous les plans d'options d'achat et de souscription ouverts à la date de transition, y compris ceux mis en place avant le 7 novembre 2002, date avant laquelle l'application est optionnelle.

1.4 Utilisation d'estimations

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

1.5 Méthodes de consolidation

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

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

Les filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part de leurs bilans et comptes de résultat correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.23).

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

1.6 Conversion des états financiers des filiales étrangères

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

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

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

1.7 Opérations en devises et couvertures de change

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

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

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

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

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

- en marge brute pour la part efficace de la couverture des créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture ;
- en capitaux propres, en 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 leur valeur de marché est inscrite en capitaux propres, en écarts de conversion, à hauteur de la part efficace, et en résultat financier pour la part inefficace.

1.8 Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

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

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

Seules les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles à durée de vie définie sont amorties sur leur durée de vie. Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée de vie définie ou indéfinie résulte en particulier de l'application des critères suivants :

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

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

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

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles suivant la méthodologie présentée en Note 1.12.

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

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

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

1.9 Écarts d'acquisition

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

Le coût de la prise de contrôle est le prix payé par le Groupe dans le cadre d'une acquisition, ou l'estimation de ce prix si l'opération se fait sans versement de trésorerie.

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

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

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

1.10 Engagements d'achat de titres de minoritaires

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

Dans l'attente de la clarification des normes IFRS, le Groupe comptabilise ces engagements à chaque clôture de la façon suivante :

- la valeur contractuelle de l'engagement à cette date figure en « Autres passifs non courants » ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont reclassés dans le montant ci-dessus ;
- l'écart entre le montant de l'engagement et les intérêts minoritaires reclassés est enregistré en écart d'acquisition.

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

Le traitement comptable décrit ci-dessus appelle toutefois la remarque suivante : certaines interprétations des textes conduisent à comptabiliser l'écart d'acquisition intégralement en déduction des capitaux propres ; selon d'autres interprétations, l'écart d'acquisition est maintenu à l'actif mais à un montant figé lors de la prise de contrôle, les variations ultérieures étant enregistrées en résultat.

1.11 Immobilisations corporelles

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

Les terres à vignes sont comptabilisées à leur valeur de marché à la date de clôture. Cette valeur résulte de données officielles publiées sur les transactions récentes dans la même région, ou d'expertises indépendantes. L'écart entre le coût d'acquisition historique et la valeur de marché est inscrit en capitaux propres, en « 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 pieds de vignes, ou vignobles, pour les champagnes, cognac et autres vins produits par le Groupe, sont des actifs biologiques au sens d'IAS 41 Agriculture. Leur valeur de marché étant peu différente de leur valeur historique, aucune réévaluation de ces actifs n'est pratiquée.

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

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

Les immobilisations corporelles sont amorties selon le mode linéaire sur la durée estimée de leur utilisation :

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

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

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

1.12 Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte 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 sur l'écart d'acquisition, est comptabilisée en « Autres produits et charges opérationnels ».

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

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

Les marques et écarts d'acquisition sont évalués à titre principal sur la base des flux de trésorerie prévisionnels actualisés ou selon la méthode des transactions comparables, méthode utilisant les multiples de chiffre d'affaires et de résultat retenus lors de transactions récentes portant sur des marques similaires, ou sur les multiples boursiers applicables aux activités concernées. D'autres méthodes sont utilisées à titre complémentaire : la méthode des royalties, donnant à la marque une valeur équivalente à la capitalisation des royalties qu'il faudrait verser pour son utilisation ; la méthode du différentiel de marge, applicable aux seuls cas où il est possible de mesurer la différence de revenus générée par une marque, par référence à un produit sans marque ; enfin, la méthode du coût de reconstitution d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluriannuels établis par la direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections sur cinq ans, à l'exception de certaines marques en cours de repositionnement stratégique pour lesquelles une durée plus longue est retenue. En outre, s'y ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels intègre le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.13 Investissements et placements financiers

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

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

Les placements financiers incluent les placements temporaires en actions, parts de Sicav, de fonds et de 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 1.16).

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

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

1.14 Stocks et en-cours

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

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

Les mouvements de stocks sont valorisés selon les métiers au coût moyen pondéré ou selon la méthode premier entré - premier sorti (FIFO).

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

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

1.15 Créances clients

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

1.16 Trésorerie et équivalents de trésorerie

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

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

1.17 Provisions

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

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

1.18 Dettes financières

Les dettes financières sont comptabilisées 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.

1.19 Instruments dérivés

Le Groupe négocie des instruments financiers dérivés dans le cadre de sa stratégie de couverture des risques de change et de taux d'intérêt. La mise en 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 pendant toute sa durée.

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

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan pour leur valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.7 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.18 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

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

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

1.20 Actions LVMH auto-détenues et assimilés

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

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

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

Lorsque les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux et autres engagements 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.

1.22 Impôts courants et différés

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

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

Les économies d'impôt résultant de déficits fiscaux reportables sont enregistrés en impôts différés actifs 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.

1.23 Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

Les ventes incluent principalement des ventes au détail dans le cadre des magasins du Groupe et des ventes de gros à des distributeurs et agents. Sont assimilées à des ventes au détail les ventes effectuées dans le cadre de magasins appartenant à des tiers si les risques et avantages liés à la propriété du stock ne leurs sont pas transférés.

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

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

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

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

Provision pour retours de produits

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

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

Activités en partenariat avec Diageo

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

1.24 Frais de publicité et de promotion

Les frais de publicité et de promotion incluent le coût de la réalisation des supports publicitaires, des achats d'espaces media, de la fabrication d'échantillons et de catalogues et de manière générale, le coût de l'ensemble des activités destinées à la promotion des marques et produits du Groupe.

Les frais de publicité et de promotion sont enregistrés en charge lorsqu'ils sont encourus ; en particulier, le coût des campagnes media est étalé sur la durée de ces campagnes, et le coût des échantillons et catalogues est comptabilisé lors de leur mise à disposition aux clients.

1.25 Plans d'options et assimilés

Les plans d'options d'achat ou de souscription d'actions donnent lieu à enregistrement d'une charge constituée de l'avantage octroyé aux bénéficiaires de ces plans ; l'avantage est calculé 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 en contrepartie d'une augmentation des réserves.

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'avantage est calculé 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 dénoués en numéraire et non en titres, la charge annuelle correspondante est comptabilisée en contrepartie d'un passif au bilan.

1.26 Soldes intermédiaires du compte de résultat

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

Les autres produits et charges opérationnels comprennent les éléments constitutifs du résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie des activités et du résultat courants du Groupe. Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre et des dépréciations des marques et écarts d'acquisition. Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des plus ou moins values de cession d'actifs immobilisés, des frais de restructuration, des frais liés à des litiges, ou de tout autre produit ou charge non courants susceptibles d'affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

1.27 Résultat par action

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

Le résultat par action après dilution est établi sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution, majoré du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée, durant l'exercice, des options de souscription existantes ou de tout autre instrument dilutif. Les fonds recueillis au titre de ces levées, augmentés de la charge restant à comptabiliser au titre des plans d'options et assimilés (voir Note 1.25), sont présumés affectés, dans ce calcul, au rachat d'actions LVMH à un prix correspondant à leur cours de Bourse moyen sur l'exercice.

2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

Aucune évolution du périmètre de consolidation n'est survenue au cours des exercices 2006 et 2005 pouvant affecter la comparabilité des comptes consolidés de ces deux exercices. Toutefois, bien que ne constituant pas une variation de périmètre, les effets de l'arrêt de l'exploitation du grand magasin parisien de la Samaritaine en juin 2005 doivent être pris en compte pour l'analyse des comptes de résultat présentés (voir Note 22 Information sectorielle et Note 24 Autres produits et charges opérationnels).

2.1 Exercice 2006

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

2.2 Exercice 2005

Vins et Spiritueux

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

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

La participation dans Glenmorangie a été consolidée par intégration globale à compter du 1er 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 :

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

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

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

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

Mode et Maroquinerie

Christian Lacroix a été cédé en janvier 2005.

Autres activités

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

2.3 En 2004

Vins et Spiritueux

En mars 2004, la participation dans Millennium Import LLC, acquise en juillet 2002, a été portée pour 103 millions de dollars US de 40 à 70 %, et consolidée par intégration globale à compter de cette date.

Mode et Maroquinerie

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

Parfums et Cosmétiques

LVMH a acquis en juillet 2004 10 % de BeneFit Cosmetics pour 26 millions de dollars US, la participation du Groupe s'élevant à 80 % après cette opération.

Montres et Joaillerie

La cession d'Ebel au groupe américain Movado, résultant d'un protocole d'accord de décembre 2003, est devenue effective en février 2004 ; Ebel a été déconsolidé à cette date.

2.4 Incidences des variations de périmètre sur la trésorerie

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés	(50)	(623)	(455)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	-	(6)	5
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	2	34	49
(Disponibilités)/découverts bancaires des sociétés cédées	-	(9)	-
Incidences des variations de périmètre sur la trésorerie	**(48)**	**(604)**	**(401)**

En 2006, les effets des variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe comprennent principalement le solde du paiement échelonné des intérêts minoritaires dans Fendi à hauteur de 25 millions d'euros, l'acquisition du solde des intérêts minoritaires dans Donna Karan pour 8 millions d'euros et de 15 % de Fresh pour 4 millions d'euros.

En 2005, l'incidence globale des variations de périmètre sur la trésorerie du Groupe a été une diminution de 604 millions d'euros. Ce montant est provenu 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 ont résulté 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)	2006			2005	2004
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	6 111	(343)	5 768	5 846	5 493
Enseignes	3 383	(1 380)	2 003	2 204	1 983
Licences de distribution	288	(54)	234	260	158
Droits au bail	210	(127)	83	90	102
Logiciels	262	(191)	71	59	44
Autres	169	(101)	68	71	58
Total	**10 423**	**(2 196)**	**8 227**	**8 530**	**7 838**
dont : immobilisations en location financement	14	(13)	1	1	1

3.1 Variations de l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2006 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute *(en millions d'euros)*	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2005	**6 190**	**3 740**	**911**	**10 841**
Acquisitions	-	-	76	76
Cessions	-	-	(15)	(15)
Effets des variations de change	(78)	(357)	(41)	(476)
Autres	(1)	-	(2)	(3)
Au 31 décembre 2006	**6 111**	**3 383**	**929**	**10 423**

Amortissements et dépréciations *(en millions d'euros)*	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2005	**(344)**	**(1 536)**	**(431)**	**(2 311)**
Amortissements	(6)	-	(71)	(77)
Cessions	-	-	13	13
Effets des variations de change	6	156	12	174
Autres	1	-	4	5
Au 31 décembre 2006	**(343)**	**(1 380)**	**(473)**	**(2 196)**
Valeur nette au 31 décembre 2006	**5 768**	**2 003**	**456**	**8 227**

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 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette *(en millions d'euros)*	**Marques**	**Enseignes**	**Autres immobilisations incorporelles**	**Total**
Au 1er janvier 2004	**5 544**	**2 116**	**260**	**7 920**
Acquisitions	-	-	56	56
Cessions	-	-	(1)	(1)
Effets des variations de périmètre	(7)	-	130	123
Amortissements	(7)	(2)	(64)	(73)
Dépréciations	(13)	-	(3)	(16)
Effets des variations de change	(24)	(132)	(12)	(168)
Autres	-	1	(4)	(3)
Au 31 décembre 2004	**5 493**	**1 983**	**362**	**7 838**
Acquisitions	3	-	66	69
Cessions	-	-	(3)	(3)
Effets des variations de périmètre	289	-	76	365
Amortissements	(6)	(1)	(66)	(73)
Dépréciations	-	(24)	-	(24)
Effets des variations de change	66	260	34	360
Autres	1	(14)	11	(2)
Au 31 décembre 2005	**5 846**	**2 204**	**480**	**8 530**

Les effets des variations de périmètre de 2004 proviennent principalement de la première consolidation par intégration globale de la participation dans Millennium ; ceux de 2005 concernent l'acquisition de Glenmorangie à hauteur de 290 millions d'euros et la comptabilisation définitive de la licence de distribution détenue par Millennium, pour 62 millions d'euros en valeur brute.

3.3 Marques et enseignes

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

(en millions d'euros)	**2006**			2005	2004
	Valeur brute	**Amortissements et dépréciations**	**Valeur nette**	Valeur nette	Valeur nette
Vins et Spiritueux	663	(8)	655	652	350
Mode et Maroquinerie	3 910	(303)	3 607	3 654	3 603
Parfums et Cosmétiques	619	(20)	599	606	599
Montres et Joaillerie	871	(12)	859	887	894
Distribution sélective	3 383	(1 380)	2 003	2 204	1 983
Autres activités	48	-	48	47	47
Marques et enseignes	**9 494**	**(1 723)**	**7 771**	**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-LV 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 32 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 60 % des ventes totales du Groupe.

3.4 Licences de distribution

Les licences de distribution incluent notamment les droits de distribution des vodkas Belvedere et Chopin détenus par Millennium.

Voir également Note 5 pour l'évaluation des marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

(en millions d'euros)	2006			2005	2004
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	3 847	(1 093)	2 754	2 910	2 580
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 802	(19)	1 783	1 569	1 468
Total	**5 649**	**(1 112)**	**4 537**	**4 479**	**4 048**

Voir également Note 19 pour les écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires.

Les variations des écarts d'acquisition s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2006			2005	2004
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1er janvier	**5 645**	**(1 166)**	**4 479**	**4 048**	**3 899**
Effets des variations de périmètre	11	-	11	158	175
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	220	-	220	127	65
Variations des dépréciations	-	(15)	(15)	(24)	(45)
Effets des variations de change	(227)	69	(158)	170	(46)
Au 31 décembre	**5 649**	**(1 112)**	**4 537**	**4 479**	**4 048**

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2005 concernent principalement l'acquisition de Glenmorangie à hauteur de 159 millions d'euros ; ceux de 2004 proviennent principalement de l'augmentation de la participation du Groupe dans Fendi et Millennium.

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, en raison de l'évolution de la parité du dollar US contre l'euro au cours de l'exercice.

5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE

Les marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie ainsi que les écarts d'acquisition ont fait l'objet d'un test annuel de perte de valeur. Aucune dépréciation significative n'a été enregistrée à ce titre au cours de l'exercice 2006. Comme décrit en Note 1.12, l'évaluation de ces actifs est effectuée le plus souvent à partir des flux de trésorerie prévisionnels actualisés attendus de ces actifs, déterminés dans le cadre de plans pluri-annuels. Les principaux paramètres retenus en 2006 pour l'établissement de ces flux prévisionnels, similaires à ceux retenus en 2005, sont les suivants :

Groupe d'activités	Durée des plans	Taux d'actualisation avant impôt	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
Vins & Spiritueux	5 ans	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

(en millions d'euros)	2006			2005	2004
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	706	-	706	650	628
Terres à vignes et vignobles	1 417	(69)	1 348	1 217	1 162
Constructions	1 598	(609)	989	1 052	989
Immeubles locatifs	343	(46)	297	312	288
Installations techniques, matériels et outillages	3 555	(2 186)	1 369	1 357	1 071
Autres immobilisations corporelles et en-cours	850	(386)	464	395	403
Total	**8 469**	**(3 296)**	**5 173**	**4 983**	**4 541**
dont : immobilisations en location financement	326	(144)	182	213	212
coût historique des terres à vignes et vignobles	531	(69)	462	459	453

La variation des immobilisations corporelles au cours des exercices présentés s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute *(en millions d'euros)*	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2005	**1 280**	**2 292**	**353**	**3 407**	**779**	**8 111**
Acquisitions	7	106	1	294	289	697
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	133	-	-	-	-	133
Cessions, mises hors service	1	(25)	-	(131)	(33)	(188)
Effets des variations de change	(8)	(86)	(11)	(136)	(35)	(276)
Autres	4	17	-	121	(150)	(8)
Au 31 décembre 2006	**1 417**	**2 304**	**343**	**3 555**	**850**	**8 469**

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
Au 31 décembre 2005	**(63)**	**(590)**	**(41)**	**(2 050)**	**(384)**	**(3 128)**
Amortissements	(6)	(57)	(5)	(329)	(57)	(454)
Dépréciations	-	-	-	(8)	(1)	(9)
Cessions, mises hors service	(1)	23	-	126	33	181
Effets des variations de change	1	15	-	75	23	114
Au 31 décembre 2006	**(69)**	**(609)**	**(46)**	**(2 186)**	**(386)**	**(3 296)**
Valeur nette au 31 décembre 2006	**1 348**	**1 695**	**297**	**1 369**	**464**	**5 173**

Valeur nette *(en millions d'euros)*	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 1er janvier 2004	**1 087**	**1 612**	**301**	**1 043**	**337**	**4 380**
Acquisitions	7	99	11	248	251	616
Cessions, mises hors service	(1)	(33)	-	(5)	(12)	(51)
Amortissements	(5)	(53)	(3)	(273)	(55)	(389)
Dépréciations	-	-	-	(3)	(22)	(25)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	75	-	-	-	-	75
Effets des variations de périmètre	-	24	5	(1)	(4)	24
Effets des variations de change	(4)	(37)	(5)	(24)	(14)	(84)
Autres	3	5	(21)	86	(78)	(5)
Au 31 décembre 2004	**1 162**	**1 617**	**288**	**1 071**	**403**	**4 541**
Acquisitions	7	39	3	357	239	645
Cessions, mises hors service	-	(14)	(3)	(13)	-	(30)
Amortissements	(5)	(55)	(5)	(303)	(54)	(422)
Dépréciations	-	(2)	-	(22)	-	(24)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	43	-	-	-	-	43
Effets des variations de périmètre	(1)	27	-	24	1	51
Effets des variations de change	10	65	10	49	27	161
Autres	1	25	19	194	(221)	18
Au 31 décembre 2005	**1 217**	**1 702**	**312**	**1 357**	**395**	**4 983**

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

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2006			2005	2004
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1er janvier	**133**	**(5)**	**128**	**115**	**102**
Part dans le résultat de l'exercice	8	-	8	7	(14)
Dividendes versés	(7)	-	(7)	(3)	(4)
Effet des variations de périmètre	(7)	5	(2)	10	32
Effets des variations de change	(1)	-	(1)	(1)	(1)
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	**126**	**-**	**126**	**128**	**115**

En 2006, les participations mises en équivalence comprennent principalement :

- 40 % de Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble à Paris (France), également siège social de la société LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA ;
- 23,1 % de 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 2006 (14 millions d'euros en 2005 et en 2004).

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2006			2005	2004
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	**536**	**(32)**	**504**	**451**	**718**

Au 31 décembre 2004, les investissements financiers incluaient une participation dans Bouygues s'élevant à 401 millions d'euros (voir également Note 12 Placements financiers).

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

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Au 1er janvier	**451**	**718**	**811**
Acquisitions	85	107	13
Cessions à valeur de vente	(162)	(469)	(166)
Effets des variations de valeur de marché	132	229	78
Reclassements en titres mis en équivalence ou placements financiers	-	(144)	-
Dotation nette aux dépréciations	5	-	(13)
Effets des variations de change	(7)	10	(5)
Au 31 décembre	**504**	**451**	**718**

En 2004 et 2005, les cessions concernaient principalement la participation dans Bouygues SA ; au 31 décembre 2005, le solde de cette participation avait été reclassé en placements financiers. Les principales cessions de l'exercice 2006 proviennent de diverses participations détenues par le FCPR LCapital.

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

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

(en millions d'euros)	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Dividendes encaissés	Capitaux propres (3)	Résultat net (3)
L Capital FCPR (France) (2)	46,1 %	68	-	333	-
L Capital 2 FCPR (France) (2)	18,5 %	61	-	-	-
Tod's Spa (Italie) (1)	3,5 %	65	1	462	39
Xinyu Hengdeli Holdings Ltd (Chine) (1)	7,2 %	56	-	77	13
Autres participations	NA	254	20	-	-
		504	**21**		

(1) Evaluation des titres au cours de Bourse de clôture au 31 décembre 2006.
(2) Evaluation des titres en valeur de réalisation estimée.
(3) Les données comptables fournies sont antérieures au 31 décembre 2006, les chiffres à fin 2006 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)	**2006**	2005	2004
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	2 406	2 161	1 883
Autres matières premières et en-cours	421	385	367
	2 827	2 546	2 250
Marchandises	456	481	497
Produits finis	1 621	1 684	1 396
	2 077	2 165	1 893
Valeur brute	**4 904**	**4 711**	**4 143**
Provision pour dépréciation	(521)	(577)	(545)
Valeur nette	**4 383**	**4 134**	**3 598**

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

(en millions d'euros)	**2006**			2005	2004
	Valeur brute	**Dépréciations**	**Valeur nette**	Valeur nette	Valeur nette
Au 1er janvier	**4 711**	**(577)**	**4 134**	**3 598**	**3 467**
Augmentation du stock brut	346	-	346	281	242
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	23	-	23	19	25
Variation de la provision pour dépréciation	-	21	21	(43)	(39)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	125	(27)
Effets des variations de change	(176)	35	(141)	154	(70)
Au 31 décembre	**4 904**	**(521)**	**4 383**	**4 134**	**3 598**

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

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	41	34	46
Effets des sorties de stocks	(18)	(15)	(21)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	**23**	**19**	**25**

10. CLIENTS

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Créances à valeur nominale	1 650	1 577	1 560
Provision pour dépréciation	(54)	(66)	(77)
Provision pour retours et reprises de produits	(135)	(141)	(119)
Montant net	**1 461**	**1 370**	**1 364**
dont : créances ayant fait l'objet de cession Dailly	-	-	268

La valeur actuelle des créances clients n'est pas différente de leur valeur comptable.

11. AUTRES ACTIFS COURANTS

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Placements financiers	607	421	201
Instruments dérivés	242	136	393
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	231	186	212
Fournisseurs : avances et acomptes	100	86	57
Charges constatées d'avance	225	205	198
Autres créances, nettes	182	191	241
Total	**1 587**	**1 225**	**1 302**

Les charges constatées d'avance sont constituées à hauteur de 88 millions d'euros au 31 décembre 2006 (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.

La valeur de marché des autres actifs financiers courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Voir également Note 12 Placements financiers et Note 21 Instruments dérivés.

12. PLACEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et FCP non monétaires	462	280	191
Valeurs mobilières de placement cotées	145	141	10
Total	**607**	**421**	**201**
dont : coût historique des placements financiers	506	317	190

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

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Au 1er janvier	**421**	**201**	**202**
Acquisitions	336	50	31
Cessions à valeur de vente	(156)	(11)	(30)
Effets des variations de valeur de marché	42	49	11
Reclassement d'investissements financiers	-	126	-
Effets des variations de change	(36)	6	(13)
Au 31 décembre	**607**	**421**	**201**

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

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

13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Dépôts à terme à moins de trois mois	126	94	89
Parts de SICAV et FCP monétaires	49	34	18
Comptes bancaires	1 047	1 342	928
Trésorerie et équivalents au bilan	**1 222**	**1 470**	**1 035**

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)	**2006**	2005	2004
Trésorerie et équivalents	1 222	1 470	1 035
Découverts bancaires	(457)	(390)	(234)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	**765**	**1 080**	**801**

14. CAPITAUX PROPRES

14.1 Capital

Au 31 décembre 2006, le capital est constitué de 489 937 410 actions (489 937 410 aux 31 décembre 2005 et 2004), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 219 487 441 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (219 721 757 au 31 décembre 2005, 220 144 242 au 31 décembre 2004).

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

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

(en millions d'euros)	**2006**		2005	2004
	Nombre	**Valeur**	**Valeur**	**Valeur**
Plans d'options d'achat	10 797 426	592	729	824
Plans d'attribution d'actions gratuites	261 267	15	6	-
Autres plans	6 342 396	301	232	-
Couverture des plans d'options et assimilés	**17 401 089**	**908**	**967**	**824**
Contrat de liquidité	217 000	17	5	182
Actions LVMH	**17 618 089**	**925**	**972**	**1 006**
Calls sur actions LVMH [1]	1 838 500	94	-	-
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	**-**	**1 019**	**972**	**1 006**

(1) Nombre d'actions pouvant être obtenues en cas d'exercice de la totalité des calls en vie à la clôture et montant des primes versées au titre de ces contrats.

Jusqu'à l'exercice 2006, les actions LVMH livrables dans le cadre de plans d'options d'achat étaient détenues par LVMH et affectées à ces plans dès leur mise en place. Au cours du premier semestre 2006, ce mode de couverture a été remplacé pour certains plans existants par l'achat d'options d'achat d'actions LVMH (« calls ») ; les actions auxquelles les calls se sont substitués ont été réaffectées à la couverture de plans autres que les plans d'options d'achat.

Les « Autres plans » comprennent les plans d'options de souscription et les plans de rémunérations indexées sur l'évolution du cours de l'action LVMH.

Au 31 décembre 2006, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 17 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2006, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Valeur
Au 31 décembre 2005	**19 293 947**	**972**
Achats	6 725 569	525
Levées d'options	(2 242 958)	(93)
Cessions à valeur de vente	(6 158 469)	(481)
Plus ou (moins) value de cession brute	-	2
Au 31 décembre 2006	**17 618 089**	**925**

Calls sur actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre de calls	Valeur
Au 31 décembre 2005	**-**	**-**
Achat de calls	2 160 600	110
Exercice de calls	(322 100)	(16)
Au 31 décembre 2006	**1 838 500**	**94**

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

Selon la réglementation française, les dividendes sont prélevés sur le résultat de l'exercice et les réserves distribuables de la société mère, après déduction de l'impôt de distribution éventuellement dû et de la valeur des actions auto-détenues. Au 31 décembre 2006, le montant distribuable s'élève ainsi à 4 759 millions d'euros ; il est de 4 073 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2006.

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Acompte au titre de l'exercice en cours (0, 30 euro pour 2006 ; 0,25 euro pour 2005 et 2004)	147	122	122
Effet des actions auto-détenues	(5)	(5)	(5)
	142	117	117
Solde au titre de l'exercice précédent (2005 : 0,90 euro ; 2004 : 0,70 euro ; 2003 : 0,63 euro)	441	343	308
Effet des actions auto-détenues	(17)	(14)	(13)
	424	329	295
Total versé au cours de l'exercice	**566**	**446**	**412**

Le solde du dividende pour l'exercice 2006, proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires du 10 mai 2007, est de 1,10 euro par action, soit un décaissement total de 539 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 exercices présentés :

(en millions d'euros)	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part du Groupe
Au 1er janvier 2004	**(16)**	**125**	**351**	**460**
Variation de valeur	78	134	62	274
Transfert en résultat de l'exercice	(6)	(168)	-	(174)
Effets d'impôt	(35)	12	(16)	(39)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	37	(22)	46	61
Au 31 décembre 2004	**21**	**103**	**397**	**521**
Variation de valeur	379	(114)	38	303
Transfert en résultat de l'exercice	(129)	(52)	-	(181)
Effets d'impôt	(26)	54	(13)	15
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	224	(112)	25	137
Au 31 décembre 2005	**245**	**(9)**	**422**	**658**
Variation de valeur	284	155	105	544
Transfert en résultat de l'exercice	(157)	(55)	-	(212)
Effets d'impôt	(2)	(35)	(36)	(73)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	125	65	69	259
Au 31 décembre 2006	**370**	**56**	**491**	**917**

14.5 Écarts de conversion

La variation des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres au 31 décembre 2006, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analyse par devise de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2006	Variation	2005	2004
Dollar US	(154)	(356)	202	(199)
Hong Kong dollar	(11)	(32)	21	(17)
Livre sterling	29	13	16	2
Autres devises	-	(47)	47	2
Couvertures d'actifs nets en devises [1]	17	11	6	12
Total	**(119)**	**(411)**	**292**	**(200)**

(1) Voir Note 17.7 Analyse de la dette financière brute par devise.

15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

Plans d'options de souscription et plans d'options d'achat

L'Assemblée Générale du 11 mai 2006 a autorisé le Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2009, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat dans la limite de 3 % du capital de la société.

Chaque plan a une durée de 10 ans et les options sont exerçables après un délai de 3 ans 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 initialement sur 1 105 877 options, dont la durée est de huit ans et pour lequel les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans.

Dans certaines circonstances, notamment en cas de départ à la retraite, le délai d'acquisition des droits de trois ou quatre ans ne s'applique pas.

Pour l'ensemble des plans, la parité est de une action pour une option attribuée.

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée Générale du 12 mai 2005 a autorisé le Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2008, à procéder, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou des dirigeants des sociétés du Groupe, à des attributions d'actions gratuites existantes ou à émettre dans la limite de 1 % du capital de la société au jour de cette autorisation.

L'attribution des actions à leurs bénéficiaires est définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans et la durée minimale de l'obligation de conservation par les bénéficiaires est de deux années supplémentaires.

15.1 Plans d'options de souscription

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées	Prix d'exercice (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2006	Nombre d'options non exercées au 31/12/2006
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
11 mai 2006	1 674 709	78,84	"	-	1 674 709
"	114 650	82,41	"	-	114 650
				-	**6 426 534**

	2006		2005		2004	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*
Options non exercées au 1er janvier	**4 637 175**	**54,57**	**2 747 475**	**55,73**	**-**	**-**
Attributions	1 789 359	79,07	1 924 400	52,93	2 747 475	55,73
Options caduques	-	-	(34 700)	55,59	-	-
Options exercées	-	-	-	-	-	-
Options non exercées au 31 décembre	**6 426 534**	**61,39**	**4 637 175**	**54,57**	**2 747 475**	**55,73**

Les attributions de l'exercice sont constituées du plan d'options de souscription au prix d'exercice moyen unitaire de 79,07 euros mis en place le 11 mai 2006 ; la période d'indisponibilité des options est de 4 ans.

15.2 Plans d'options d'achat

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées [1]	Prix d'exercice *(en euros)* [2] [3]	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2006 [3]	Nombre d'options non exercées au 31/12/2006 [3]
30 mai 1996	233 199	34,15	3 ans	535 990	-
29 mai 1997	233 040	37,50	"	93 400	531 835
29 janvier 1998	269 130	25,92	"	137 585	438 225
16 mars 1998	15 800	31,25	"	15 400	55 000
20 janvier 1999	320 059	32,10	"	274 050	958 995
16 septembre 1999	44 000	54,65	"	-	210 000
19 janvier 2000	376 110	80,10	"	1 750	1 794 900
23 janvier 2001	2 649 075	65,12	"	183 525	2 294 150
6 mars 2001	40 000	63,53	"	5 000	35 000
14 mai 2001	1 105 877	66,00	4 ans	24 225	529 694
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	"	713 108	2 292 617
22 janvier 2002	27 400	45,70	"	17 200	5 750
15 mai 2002	8 560	54,83	"	3 000	5 560
22 janvier 2003	3 155 225	37,00	"	225 775	2 836 650
22 janvier 2003	58 500	38,73	"	12 950	45 050
				2 242 958	**12 635 926**

(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).

	2006		2005		2004	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*
Options non exercées au 1er janvier	**14 927 777**	**49,48**	**17 148 615**	**48,66**	**19 433 292**	**45,67**
Attributions	-	-	-	-	-	-
Options caduques	(48 893)	63,59	(956 498)	61,61	(106 425)	46,01
Options exercées	(2 242 958)	39,83	(1 264 340)	29,21	(2 178 252)	22,10
Options non exercées au 31 décembre	**12 635 926**	**51,36**	**14 927 777**	**49,48**	**17 148 615**	**48,66**

15.3 Plans d'attribution d'actions gratuites

Date de l'Assemblée	Date d'ouverture du plan	Nombre d'actions attribuées à l'origine	Période d'acquisition des droits	Nombre d'actions attribuées au 31/12/2006
12 mai 2005	12 mai 2005	97 817	2 ans	97 142
12 mai 2005	11 mai 2006	164 306	"	164 306
Total				**261 448**

15.4 Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH

Des plans de rémunération dénouables en numéraire fondés sur l'évolution du cours de l'action LVMH ont été mis en place les 21 janvier 2004 et 12 mai 2005 ; ils portaient initialement sur 206 750 et 187 300 actions respectivement. En outre, deux plans équivalents à l'attribution de 39 300 et 12 000 actions gratuites ont été mis en place le 11 mai 2006 et le 1er août 2006, respectivement. Ces plans ont une période d'acquisition des droits de 4 ans.

15.5 Charge de l'exercice

La valeur unitaire de chaque plan d'options est déterminée selon la méthode Black et Scholes, comme décrit en Note 1.25. Les paramètres et hypothèses retenus pour cette évaluation sont les suivants :

	Plans 2006	Plans 2005	Plans 2004
Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (*en euros)*	**84,05**	57,05	62,75
Prix d'exercice moyen *(en euros)*	**79,07**	52,82	55,7
Volatilité du cours de l'action LVMH	**24,5 %**	21,7 %	25,0 %
Taux de distribution de dividendes	**1,4 %**	1,65 %	1,35 %
Taux de placement sans risque	**4,1 %**	3,06 %	3,78 %
Durée de la période d'acquisition des droits	**4 ans**	4 ans	4 ans

La volatilité du cours de l'action LVMH est déterminée sur la base de la volatilité implicite observée.

Les valeurs unitaires des options de souscription et des actions gratuites attribuées en 2006 sont de 25,06 euros et 81,70 euros, respectivement.

La charge de l'exercice résultant de ces évaluations est présentée ci-dessous ; sont pris en compte en 2004, 2005 et 2006 tous les plans dont la période d'acquisition des droits était ouverte à la date du 1er janvier 2004, date de transition aux IFRS.

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	**34**	25	50
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH	**1**	5	1
Charge de l'exercice	**35**	**30**	**51**

16. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Au 1er janvier	**1 025**	**893**	**928**
Part des minoritaires dans le résultat	281	228	208
Dividendes versés aux minoritaires	(120)	(120)	(109)
Effets des variations de périmètre :			
consolidation de Millennium	-	-	82
acquisition de titres de minoritaires de Millennium	-	(76)	-
acquisition de titres de minoritaires de Fendi	(2)	-	(43)
acquisition de titres de minoritaires de Donna Karan	(4)	-	(23)
autres variations de périmètre	-	(1)	(23)
Total des effets des variations de périmètre	(6)	(77)	(7)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	6	3	-
Part des minoritaires dans les variations suivantes :			
réserves de réévaluation	29	(12)	3
écart de conversion	(90)	107	(61)
charges liées aux plans d'options	3	2	-
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	(137)	1	(69)
Au 31 décembre	**991**	**1 025**	**893**

17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

17.1 Dette financière nette

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Dette financière à long terme	3 235	3 747	4 188
Dette financière à court terme	2 100	2 642	2 529
Dette financière brute	**5 335**	**6 389**	**6 717**
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(74)	(151)	(156)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	**5 261**	**6 238**	**6 561**
Placements financiers	(607)	(421)	(201)
Autres actifs financiers	(32)	(29)	(42)
Trésorerie et équivalents	(1 222)	(1 470)	(1 035)
Dette financière nette	**3 400**	**4 318**	**5 283**

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 19). Le montant relatif aux instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt est détaillé en Note 21.

17.2 Analyse de la dette financière brute par nature

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Titres à durée indéterminée (TDI)	-	32	49
Emprunts obligataires et EMTN	2 777	3 023	3 416
Crédit-bail et locations de longue durée	131	156	151
Emprunts auprès des établissements de crédit	327	536	572
Dette financière à long terme	**3 235**	**3 747**	**4 188**
Emprunts obligataires et EMTN	219	1 195	968
Crédit-bail et locations de longue durée	22	22	21
Emprunts auprès des établissements de crédit	170	146	80
Billets de trésorerie	516	323	513
Autres emprunts et lignes de crédit	624	468	580
Titres à durée indéterminée (TDI)	12	-	20
Découverts bancaires	457	390	234
Intérêts courus	80	98	113
Dette financière à court terme	**2 100**	**2 642**	**2 529**
Dette financière brute totale	**5 335**	**6 389**	**6 717**
Valeur de marché de la dette financière brute	**5 351**	**6 455**	**6 803**

17.3 Titres à Durée Indéterminée (TDI)

(en millions d'euros)	**Intérêt nominal**	**2006**	2005	2004
FRF 5 000 000 000 ; 1990	Euribor 6 mois + 0,45 %	-	-	20
FRF 1 505 000 000 ; 1992	9,70 %	12	32	49
Total		**12**	**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.

À 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.

17.4 Emprunts obligatoires et EMTN

(en millions d'euros)	Échéance	Taux effectif initial [1] (%)	2006	2005	2004
EUR 600 000 000 ; 2005	2012	3,43	598	598	-
EUR 600 000 000 ; 2004	2011	4,74	606	625	623
EUR 750 000 000 ; 2003	2010	5,05	746	773	777
EUR 500 000 000 ; 2001	2008	6,27	508	525	536
EUR 800 000 000 ; 1999	2006	-	-	808	824
EUR 600 000 000 ; 2000	2005	-	-	-	588
FRF 1 300 000 761 ; 1998 indexé	2005	-	-	-	42
Émissions publiques			**2 458**	**3 329**	**3 390**
En euros			480	531	552
En devises			58	358	442
Placements privés EMTN			**538**	**889**	**994**
Total emprunts obligataires et EMTN			**2 996**	**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 et EMTN au cours de l'exercice 2006 provient principalement de l'amortissement à hauteur de 808 millions d'euros de l'emprunt obligataire d'un montant nominal de 800 millions d'euros émis en 1999.

17.5 Analyse de la dette financière brute par échéance

(en millions d'euros)	2006
Echéance 2007	2 100
2008	1 024
2009	122
2010	777
2011	606
Au-delà	706
Total	**5 335**

17.6 Analyse de la dette financière brute par nature de taux après effet des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Taux variable	1 756	604	976
Taux variable plafonné	1 400	2 531	3 099
Taux fixe	2 105	3 103	2 486
Total	**5 261**	**6 238**	**6 561**

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

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Euro	3 348	4 200	4 697
Dollar US	431	384	323
Franc suisse	814	881	881
Yen	253	403	486
Autres devises	415	370	174
Total	**5 261**	**6 238**	**6 561**

La dette en devises a le plus souvent pour objet de couvrir les actifs nets en devises de sociétés acquises hors zone Euro.

17.8 Sensibilité

Compte tenu de la structure de la dette par devise au 31 décembre 2006, une hausse instantanée de 1 % sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une variation de -20 millions d'euros du résultat financier de l'exercice.

Une baisse instantanée de 1 % de ces mêmes courbes aurait pour effet une hausse de 64 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 0,3 milliard d'euros, ou de l'en-cours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,5 milliard d'euros.

Au regard du non renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 4,0 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, dans 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 2006, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 4,0 milliards d'euros.

17.12 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2006, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 100 millions d'euros.

18. PROVISIONS

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	**260**	264	258
Provisions pour risques et charges	**685**	631	581
Provisions pour réorganisation	**38**	54	44
Part à long terme	**983**	**949**	**883**
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	**4**	5	4
Provisions pour risques et charges	**142**	152	188
Provisions pour réorganisation	**109**	148	67
Part à court terme	**255**	**305**	**259**
Total	**1 238**	**1 254**	**1 142**

Au cours de l'exercice 2006, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	**31 décembre 2005**	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	**31 décembre 2006**
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	**269**	42	(34)	-	-	(13)	**264**
Provisions pour risques et charges	**783**	204	(136)	(25)	-	1	**827**
Provisions pour réorganisation	**202**	30	(71)	(3)	-	(11)	**147**
Total	**1 254**	**276**	**(241)**	**(28)**	**-**	**(23)**	**1 238**
dont : résultat opérationnel courant		138	(89)	(23)			
résultat financier		-	-	-			
autres		138	(152)	(5)			

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

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Engagements d'achat de titres de minoritaires	3 490	3 151	3 013
Instruments dérivés	17	15	26
Participation du personnel aux résultats [1]	100	63	55
Autres dettes	148	128	143
Total	**3 755**	**3 357**	**3 237**

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

Aux 31 décembre 2004, 2005 et 2006, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo plc pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy SNC, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de sa valeur de marché à cette date.

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 (6 %) et BeneFit (20 %), calculés selon différentes formules pouvant comporter un minimum.

La valeur de marché des autres passifs financiers non courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

20. AUTRES PASSIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Instruments dérivés	30	98	161
Personnel et organismes sociaux	488	485	439
Participation du personnel aux résultats	29	44	13
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	239	212	210
Clients : avances et acomptes versés	68	104	95
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	168	192	199
Produits constatés d'avance	47	46	59
Autres dettes	341	358	330
Total	**1 410**	**1 539**	**1 506**

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 DÉRIVÉS

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 Synthèse des instruments dérivés

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan dans les rubriques et pour les montants suivants :

(en millions d'euros)		Note	2006	2005	2004
Risque de taux d'intérêt					
Actifs :	non courants		29	94	154
	courants		89	119	180
Passifs :	non courants		(17)	(13)	(26)
	courants		(27)	(49)	(152)
		21.2	**74**	**151**	**156**
Risque de change					
Actifs :	non courants		2	16	44
	courants		153	17	213
Passifs :	non courants		-	(2)	-
	courants		(3)	(49)	(9)
		21.3	**152**	**(18)**	**248**
En-cours total					
Actifs :	non courants		31	110	198
	courants	**11**	242	136	393
Passifs :	non courants	**19**	(17)	(15)	(26)
	courants	**20**	(30)	(98)	(161)
			226	**133**	**404**

21.2 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux d'intérêt

Le Groupe gère le risque de taux lié à la dette financière nette globale. L'objectif de la politique de gestion menée est de prémunir le résultat contre une hausse rapide et sensible des taux d'intérêt.

Dans ce cadre, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux à nature ferme (swaps) ou conditionnelle (caps et floors).

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 31 décembre 2006 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Échéance [1]			Valeur de marché [2]		
	2007	2008 à 2011	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :						
- payeur fixe	400	950	1 350	7	10	17
- payeur variable	698	2 350	3 048	54	(10)	44
- variable / variable	350	1 200	1 550	-	3	3
Autres opérations en euros :						
- caps achetés	1 400	-	1 400	-	6	6
Swaps de devises	-	39	39	-	4	4
Total				**61**	**13**	**74**

(1) Montants nominaux.
(2) Gain / (Perte).

21.3 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de change

Une part importante des ventes faites par les sociétés du Groupe, à leurs clients ou à leurs propres filiales de distribution, ainsi que certains de leurs achats, sont effectués en devises ; l'ensemble de ces flux en devises est constitué principalement de flux intra-Groupe. Les instruments de couverture utilisés ont pour objet de réduire les risques de change issus des variations de parité de ces devises par rapport à la monnaie fonctionnelle de ces sociétés, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants.

Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts progressivement, dans la limite d'un horizon qui n'excède un an que dans les cas où les probabilités de réalisation le justifient. Dans ce cadre, et selon les évolutions de marché, les risques de change identifiés sont couverts progressivement par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

Le Groupe peut couvrir les situations nettes de ses filiales situées à l'étranger, par des instruments appropriés ayant pour objet de limiter l'effet sur ses capitaux propres consolidés des variations de parité des devises concernées contre l'euro.

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de change en vie au 31 décembre 2006 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Exercice d'affectation [1]			Valeur de marché [2]				
	2006	2007	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées								
Put USD	45	1 285	1 330	78			4	82
Put JPY	76	81	157	8			5	13
Autres		2	2					-
	121	**1 368**	**1 489**	**86**	**-**	**-**	**9**	**95**
Tunnels								
Vendeur USD		12	12					-
Vendeur JPY		225	225	13				13
Autres	9		9				1	1
	9	**237**	**246**	**13**	**-**	**-**	**1**	**14**
Contrats à terme [3]								
USD	154	43	197		2		4	6
JPY	169	74	243	14	11	1	5	31
GBP	91	56	147					-
Autres	57	(14)	43	1				1
	471	**159**	**630**	**15**	**13**	**1**	**9**	**38**
Swaps cambistes [3]								
CHF	784		784				11	11
USD	361	(84)	277				(2)	(2)
GBP	(26)		(26)				(1)	(1)
JPY	(190)		(190)			2	(5)	(3)
Autres	76		76					-
	1 005	**(84)**	**921**	**-**	**-**	**2**	**3**	**5**
Total				**114**	**13**	**3**	**22**	**152**

(1) Montants nominaux.
(2) Gain / (Perte).
(3) Vente / (Achat).

21.4 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.

22. INFORMATION SECTORIELLE

22.1 Informations par groupe d'activités

De Beers-LV ayant été reclassé en 2006 du groupe Autres et Holdings au groupe Montres et Joaillerie, les données de 2004 et 2005 ont été retraitées afin de les rendre comparables à celles de 2006.

Exercice 2006

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective [6]	Autres et Holdings	Éliminations [1] [4] [5]	2006
Ventes hors Groupe	2 989	5 190	2 379	724	3 879	145	-	15 306
Ventes entre groupes d'activités	5	32	140	13	12	6	(208)	-
Total des ventes	**2 994**	**5 222**	**2 519**	**737**	**3 891**	**151**	**(208)**	**15 306**
Résultat opérationnel courant	962	1 633	222	80	400	(137)	12	3 172
Autres produits et charges opérationnels	(12)	(44)	(30)	(9)	(27)	2	-	(120)
Investissements opérationnels [2]	107	308	99	25	186	50	-	775
Charges d'amortissement	61	208	98	21	117	16	-	521
Charges de dépréciation	-	5	-	-	7	10	-	22
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition [3]	2 936	4 978	920	1 009	2 643	56	-	12 542
Stocks	2 730	603	244	235	558	50	(37)	4 383
Autres actifs opérationnels	2 220	1 752	648	229	1 575	1 548	3 888	11 860
Total actif	**7 886**	**7 333**	**1 812**	**1 473**	**4 776**	**1 654**	**3 851**	**28 785**
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	11 594	11 594
Passifs opérationnels	1 025	935	736	156	1 010	428	12 901	17 191
Total passif et capitaux propres	**1 025**	**935**	**736**	**156**	**1 010**	**428**	**24 495**	**28 785**

Exercice 2005

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

Exercice 2004

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective [6]	Autres et Holdings	Éliminations [1] [4] [5]	2004
Ventes hors Groupe	2 255	4 339	2 017	490	3 266	114	-	12 481
Ventes entre groupes d'activités	4	27	111	10	10	5	(167)	-
Total des ventes	**2 259**	**4 366**	**2 128**	**500**	**3 276**	**119**	**(167)**	**12 481**
Résultat opérationnel courant	813	1 309	150	(10)	238	(136)	8	2 372
Autres produits et charges opérationnels	(19)	(51)	(36)	(34)	(37)	(22)	-	(199)
Investissements opérationnels [2]	69	253	86	20	181	63	-	672
Charges d'amortissement	48	173	89	18	109	24	-	461
Charges de dépréciation	3	12	20	24	25	17	-	101
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition [3]	2 068	4 925	923	1 049	2 619	98	-	11 682
Stocks	2 141	555	230	180	477	58	(43)	3 598
Autres actifs opérationnels	1 651	1 633	622	203	1 440	1 908	2 780	10 237
Total actif	**5 860**	**7 113**	**1 775**	**1 432**	**4 536**	**2 064**	**2 737**	**25 517**
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	8 675	8 675
Passifs opérationnels	767	894	606	112	882	650	12 931	16 842
Total passif et capitaux propres	**767**	**894**	**606**	**112**	**882**	**650**	**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 sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués au cours de l'exercice au titre de ces investissements.
(3) Les marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.
(4) Les actifs non affectés incluent les titres mis en équivalence, les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés.
(5) Les passifs non affectés incluent les dettes financières et la dette d'impôt courant et différé.
(6) Dont ventes de la Samaritaine : 14, 51 et 101 millions d'euros respectivement aux 31 décembre 2006, 2005 et 2004.

22.2 Informations par zones géographiques

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

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
France	2 197	2 073	2 005
Europe (hors France)	3 332	2 850	2 524
États-Unis	4 009	3 686	3 327
Japon	1 985	2 013	1 837
Asie (hors Japon)	2 651	2 301	1 923
Autres pays	1 132	987	865
Ventes	**15 306**	**13 910**	**12 481**

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

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
France	**295**	317	243
Europe (hors France)	**119**	126	90
États-Unis	**138**	126	95
Japon	**91**	18	159
Asie (hors Japon)	**78**	95	45
Autres pays	**54**	32	40
Investissements opérationnels	**775**	**714**	**672**

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

23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

23.1 Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Ventes réalisées par les marques et enseignes	**14 974**	13 718	12 347
Royalties et revenus de licences	**105**	101	97
Revenus des immeubles locatifs	**34**	33	23
Autres	**193**	58	14
Total	**15 306**	**13 910**	**12 481**

23.2 Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Frais de publicité et de promotion	**1 783**	1 541	1 403
Loyers commerciaux	**942**	870	813
Charges de personnel	**2 429**	2 351	2 248

Les frais de publicité et de promotion sont principalement constitués des coûts des campagnes media et des frais de publicité sur les lieux de vente ; ils intègrent également les frais de personnel dédiés à cette fonction.

Au 31 décembre 2006, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 1 859 (1 723 en 2005, 1 693 en 2004).

Dans certains pays, les locations de magasins comprennent un montant minima et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. La charge de location des magasins s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Loyers fixes ou minima	**340**	266	257
Part variable des loyers indexés	**173**	185	178
Concessions aéroportuaires - part fixe ou minima	**232**	248	220
Part variable des concessions aéroportuaires	**197**	171	158
Loyers commerciaux	**942**	**870**	**813**

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Salaires et charges sociales	2 331	2 292	2 123
Retraites, frais médicaux et autres avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	63	29	74
Charges liées aux plans d'options et assimilés	35	30	51
Total	**2 429**	**2 351**	**2 248**

24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Amortissement des marques et enseignes	(6)	(7)	(9)
Dépréciation des marques, enseignes et écarts d'acquisition	(15)	(49)	(54)
Dépréciation d'actifs corporels	(7)	(34)	(47)
Résultat de cessions	-	-	(14)
Réorganisations	(63)	(132)	(27)
Effets de la transition aux normes IFRS sur le résultat de change	-	(3)	(36)
Autres	(29)	4	(12)
Autres produits et charges opérationnels	**(120)**	**(221)**	**(199)**

En 2006, les réorganisations, de nature commerciale ou industrielle, concernent principalement les groupes d'activité Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques.

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

En 2004, ils étaient constitués de dépréciations de marques non stratégiques et de faible valeur unitaire ; de la dépréciation d'ensembles immobiliers à la rentabilité insuffisante ; de résultats de cessions, en particulier Christian Lacroix, ainsi que des coûts de réorganisations concernant principalement la fermeture de marchés ou l'arrêt d'activités secondaires et non profitables.

25. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Coût de la dette financière brute, hors TDI	(201)	(199)	(218)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	23	15	26
Effets des évaluations en valeur de marché de la dette financière et instruments de couverture, hors TDI	7	1	(6)
Impact des TDI	(2)	(5)	(16)
Coût de la dette financière nette	**(173)**	**(188)**	**(214)**
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	21	44	16
Part inefficace des couvertures de change	(45)	(106)	(12)
Résultat de cession d'investissements et placements financiers	164	128	-
Autres, nets	(20)	(21)	(10)
Autres produits et charges financiers	**120**	**45**	**(6)**
Résultat financier	**(53)**	**(143)**	**(220)**

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

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

26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

26.1 Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Impôt courant de la période	(986)	(594)	(523)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	4	10	42
Impôt courant	**(982)**	**(584)**	**(481)**
Variation des impôts différés	135	(132)	(95)
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	-	(2)	39
Impôts différés	**135**	**(134)**	**(56)**
Charge totale d'impôt	**(847)**	**(718)**	**(537)**
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	(73)	15	(39)

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

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Résultat avant impôt	2 999	2 379	1 953
Charge totale d'impôt	(847)	(718)	(537)
Taux d'imposition effectif	**28 %**	**30 %**	**27 %**

26.2 Sources d'impôts différés

Au compte de résultat *(en millions d'euros)*	**2006**	2005	2004
Réévaluation des marques à valeur de marché	(45)	(17)	46
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	-	1	1
Autres écarts de réévaluation	(3)	-	11
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(3)	(86)	(23)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(8)	8	10
Provisions pour risques et charges [1]	22	(2)	1
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	25	15	12
Autres retraitements de consolidation [1]	106	(55)	(51)
Reports déficitaires	42	2	(63)
Total	**136**	**(134)**	**(56)**

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

En capitaux propres *(en millions d'euros)*	**2006**	2005	2004
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(36)	(13)	(16)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(2)	(26)	(35)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(35)	54	12
Total	**(73)**	**15**	**(39)**

Au bilan *(en millions d'euros)*	**2006**	2005	2004
Réévaluation des marques à valeur de marché	(2 209)	(2 295)	(2 098)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(412)	(350)	(248)
Autres écarts de réévaluation	(303)	(315)	(314)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(36)	(27)	85
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(21)	20	(45)
Provisions pour risques et charges [1]	94	45	37
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	196	162	149
Autres retraitements de consolidation [1]	87	(2)	65
Reports déficitaires	137	143	128
Total	**(2 467)**	**(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)	**2006**	2005	2004
Impôts différés actifs	395	306	217
Impôts différés passifs	(2 862)	(2 925)	(2 458)
Impôts différés nets au bilan	**(2 467)**	**(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)	**2006**	2005	2004
Taux d'imposition en France	**34,4**	**34,9**	**35,4**
- changements de taux d'impôt	0,1	0,1	(2,0)
- différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(3,4)	(2,9)	(3,9)
- résultats et reports déficitaires	(5,3)	(3,3)	(5,1)
- différences entre les résultats consolidés et imposables, et résultats imposables à un taux réduit	2,0	0,6	2,6
- retenues à la source	0,4	0,8	0,5
Taux d'imposition effectif du Groupe	**28,2**	**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 34,4 % en 2006, 34,9 % en 2005 et 35,4 % en 2004.

Le taux d'impôt effectif de l'exercice 2006 tient compte des éléments à caractère non récurrent suivants :

- effets des reports déficitaires utilisés ou portés à l'actif du bilan au cours de l'exercice : incidence de (3,3) % ;
- plus-values de cession d'investissements financiers taxables à taux réduit ou nul : incidence de (1,4) %.

26.4 Reports déficitaires

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

  Ce régime a généré une économie d'impôt de 46 millions d'euros en 2006 (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 de 113 millions d'euros en 2006 (74 millions d'euros en 2005, 40 millions d'euros en 2004).

27. RÉSULTATS PAR ACTION

	2006	2005	2004
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	**1 879**	**1 440**	**1 194**
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	489 937 410	489 937 410	489 937 410
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(18 035 590)	(19 731 021)	(20 984 156)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	**471 901 820**	**470 206 389**	**468 953 254**
Résultat net, part du Groupe, par action *(en euros)*	**3,98**	**3,06**	**2,55**
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	471 901 820	470 206 389	468 953 254
Effet de dilution des plans d'options	5 570 135	3 840 868	3 648 671
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets de dilution	**477 471 955**	**474 047 257**	**472 601 925**
Résultat net, part du Groupe, par action après dilution *(en euros)*	**3,94**	**3,04**	**2,53**

28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

28.1 Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Coût des services rendus	48	40	38
Effet de l'actualisation	22	20	21
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(14)	(13)	(9)
Amortissement des écarts actuariels	1	-	-
Coût des services passés	2	2	-
Modifications des régimes	4	(20)	24
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	**63**	**29**	**74**
Rendement/(coût) effectif des actifs des régimes financiers dédiés	25	22	14

28.2 Engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Droits couverts par des actifs financiers	510	470	398
Droits non couverts par des actifs financiers	131	137	156
Valeur actualisée des droits	**641**	**607**	**554**
Valeur de marché des actifs financiers	**(385)**	**(343)**	**(287)**
Écarts actuariels non comptabilisés au bilan	10	8	6
Coût des services passés non encore comptabilisés	(10)	(12)	(14)
Éléments non reconnus	**-**	**(4)**	**(8)**
Engagement net comptabilisé	**256**	**260**	**259**
Dont :			
Provisions à long terme	260	264	258
Provisions à court terme	4	5	3
Immobilisations financières	(8)	(9)	(2)
Total	**256**	**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
Au 31 décembre 2005	**607**	**(343)**	**(4)**	**260**
Charge de l'exercice	70	(14)	7	63
Prestations aux bénéficiaires	(30)	17	-	(13)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(42)	-	(42)
Effet des variations de taux de change	(20)	11	(3)	(12)
Modifications des régimes	8	(3)	(5)	-
Écarts actuariels : effets d'expérience	9	(11)	2	-
Écarts actuariels : changements d'hypothèses	(3)	-	3	-
Au 31 décembre 2006	**641**	**(385)**	**-**	**256**

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements au 31 décembre 2006, dans les principaux pays de localisation de ces derniers, sont les suivantes :

	2006			2005			2004		
	France	Japon	États-Unis	France	Japon	États-Unis	France	Japon	États-Unis
Taux d'actualisation	4,50 %	2 %	5,75 %	4 %	2 %	5,75 %	4,75 %	2 %	5,75 %
Taux de rendement attendu des placements	4,50 %	4 %	8 %	4 %	4 %	8 %	4,75 %	4 %	8 %
Taux d'augmentation future des salaires	2 à 4 %	2 à 4 %	2 à 4,5 %	2 à 4,5 %	2 à 4,5 %	2 à 4,5 %	2 à 4 %	2 à 4 %	2 à 4 %

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

Les incidences d'une augmentation ou d'une diminution de 1 % du taux d'actualisation sur le coût des services rendus et l'effet d'actualisation pour 2006 ainsi que sur la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2006 sont les suivantes :

(en millions d'euros)	-1 %	Hypothèses retenues	+1 %
Incidence sur le coût des services rendus et l'effet d'actualisation	75	70	68
Incidence sur la valeur actualisée des droits	704	641	581

28.4 Analyse des droits

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

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Indemnités de départ en retraite et assimilées	85	85	75
Frais médicaux des retraités	49	53	57
Médailles du travail	11	12	10
Retraites complémentaires	467	430	362
Préretraites	13	17	41
Autres	16	10	9
Valeur actualisée des droits	**641**	**607**	**554**

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

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
France	278	261	281
Europe (hors France)	190	169	108
Amérique	112	115	98
Japon	52	54	60
Asie Pacifique	9	8	7
Valeur actualisée des droits	**641**	**607**	**554**

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2006 sont les suivants :

- en France : il s'agit des médailles du travail et indemnités de fin de carrière, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement après une certaine ancienneté ou lors du départ en retraite ; il s'agit en outre de l'engagement vis-à-vis des membres du comité exécutif, qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de leur dernière rémunération ;
- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de remboursement de frais médicaux des retraités, mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe ainsi que le TFR (Trattamento di Fine Rapporto) en Italie, dont le versement est prévu par la loi au moment du départ de l'entreprise, quel qu'en soit le motif ;
- aux États-Unis, l'engagement provient des régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place par certaines sociétés du Groupe.

28.5 Analyse des actifs financiers dédiés

La répartition des valeurs de marché des supports dans lesquels les fonds versés sont investis est la suivante :

(en pourcentage)	**2006**	2005	2004
Actions	48	46	37
Obligations :			
- émetteurs privés	32	25	29
- émetteurs publics	15	22	24
Immobilier, trésorerie et autres actifs	5	7	10
Valeur de marché des actifs financiers dédiés	**100**	**100**	**100**

Les montants ci-dessus ne comportent pas de biens immobiliers exploités par le Groupe ou d'actions LVMH.

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

29.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Raisins, vins et eaux-de-vie	1 547	997	775
Immobilisations industrielles ou commerciales	151	58	77
Titres de participation et investissements financiers	84	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 évalués, selon la nature des approvisionnements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés. Leur augmentation en 2006 résulte de la signature de contrats d'approvisionnement de longue durée.

Au 31 décembre 2006, l'échéance de ces engagements se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	**À moins d'un an**	**De un à cinq ans**	**Au-delà de cinq ans**	**Total**
Raisins, vins et eaux-de-vie	461	700	386	**1 547**
Immobilisations industrielles ou commerciales	97	54	-	**151**
Titres de participation et investissements financiers	53	31	-	**84**

29.2 Engagements de location

Outre la location de ses magasins, le Groupe finance également une partie de son équipement par des locations simples de longue durée. Par ailleurs, certains actifs immobilisés ou équipements industriels ont été acquis ou refinancés par des contrats de location financement.

Locations simples et redevances de concessions

Au 31 décembre 2006, les engagements futurs minima non résiliables résultant des contrats de location simple et de redevances de concessions s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
À moins d'un an	609	553	541
De un à cinq ans	1 359	1 508	1 389
Au-delà de cinq ans	778	825	870
Engagements donnés au titre de locations simples et redevances de concessions	**2 746**	**2 886**	**2 800**
À moins d'un an	20	18	20
De un à cinq ans	46	44	47
Au-delà de cinq ans	2	8	15
Engagements reçus au titre de sous-locations	**68**	**70**	**82**

Locations financement

Au 31 décembre 2006, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location financement s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2006		2005		2004	
	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements
À moins d'un an	27	27	32	29	16	14
De un à cinq ans	76	50	85	67	78	65
Au-delà de cinq ans	395	76	464	81	424	78
Total des paiements minima futurs	**498**		**581**		**518**	
Part représentative d'intérêts financiers	(345)		(404)		(361)	
Valeur actuelle des paiements minima futurs	**153**	**153**	**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

Au 31 décembre 2006, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
Avals et cautions	56	37	29
Autres garanties	56	54	48
Garanties données	**112**	**91**	**77**
Garanties reçues	**63**	**35**	**8**

La répartition de ces engagements par échéance est la suivante :

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	7	45	4	56
Autres garanties	21	31	4	56
Garanties données	28	76	8	**112**
Garanties reçues	43	19	1	**63**

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 indirectement par la société Groupe Arnault SAS via sa filiale Financière Agache S.A.

Relations de LVMH avec Christian Dior

Le Groupe LVMH, via Parfums Christian Dior et Montres Dior, met en œuvre des actions de communication concertées avec Christian Dior S.A. et ses filiales. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique en matière de design de flacons de parfums ou de montres, ainsi qu'en matière de campagnes 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 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)	**2006**	2005	2004
Achats de LVMH à Christian Dior	(13)	(17)	(16)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(7)	(11)	(10)
Ventes de LVMH à Christian Dior	15	9	4
Créances clients au 31 décembre	1	2	1

Relations de LVMH avec Groupe Arnault et Financière Agache

Les transactions entre LVMH et Groupe Arnault ou Financière Agache peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(5)	(5)	(6)
Solde fournisseurs au 31 décembre	(2)	(2)	(3)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	2	1	1
Créances clients au 31 décembre	-	-	-

Groupe Arnault SAS fournit à LVMH des prestations d'assistance dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier ; en outre, Groupe Arnault loue à LVMH des locaux à usage de bureaux.

LVMH loue à ces sociétés des locaux à usage de bureaux et leur fournit également diverses prestations administratives.

30.2 Relations avec Diageo

Moët Hennessy est la société holding des activités Vins et Spiritueux du Groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient depuis 1994 une participation de 34 % dans Moët Hennessy. À cette date a été établie une convention entre Diageo et Moët Hennessy ayant pour objet la répartition des frais de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du Groupe LVMH.

Au titre de cette convention, Moët Hennessy a supporté 24 % des frais communs en 2006 (23 % en 2005, 24 % en 2004). Le total des charges administratives de Moët Hennessy, après prise en compte des effets de cette convention, s'élève à 27 millions d'euros en 2006 (25 millions d'euros en 2005, 15 millions d'euros en 2004), le total des charges administratives supportées par les activités de Vins et Spiritueux étant de 48 millions d'euros en 2006 (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 29 personnes, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	**2006**	2005	2004
Rémunérations brutes et avantages en nature	42	40	38
Avantages post emploi	9	8	7
Coût des plans d'options et assimilés	16	15	10
Total	67	63	55

L'engagement net comptabilisé au 31 décembre 2006 au titre des avantages post emploi est de 9 millions d'euros (9 millions d'euros au 31 décembre 2005, 20 millions d'euros au 31 décembre 2004).

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

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

LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES EN 2006

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	POURCENTAGE INTÉRÊT
VINS ET SPIRITUEUX			
Champagne Moët & Chandon SCS	Epernay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Epernay, France	100 %	66 %
Schieffelin Partner Inc	New York, USA	100 %	66 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %
Chamfipar SA	Ay, France	100 %	66 %
Société Viticole de Reims SA	Ay, France	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Ay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Osterreich GmbH	Vienne, Autriche	90 %	59 %
Schieffelin & Somerset	New York, USA	100 %	66 %
Moët Hennessy (Nederland) BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	66 %
Moët Hennessy USA	New York, USA	100 %	66 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France (3)	100 %	66 %
Opera Vineyards SA	Buenos Aires, Argentine (1)	50 %	33 %
France Champagne SA	Epernay, France	100 %	66 %
Domaine Chandon, Inc	Yountville (Californie), USA	100 %	66 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	66 %
Moët Hennessy do Brasil - Vinhos E Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle Zélande	100 %	66 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), USA	80 %	53 %
Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Reims, France	100 %	66 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %
Neggma SA	Reims, France	50 %	33 %
Veuve Clicquot U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Clicquot, Inc	New York, USA (4)	100 %	66 %
Veuve Clicquot Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinski, Finlande	100 %	66 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Kobenhavn, Danemark	100 %	66 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia S.p.a.	Milan, Italie	100 %	66 %
Krug SA	Reims, France	100 %	66 %
Champagne Ruinart SA	Reims, France	100 %	66 %
Ruinart UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Ruinart Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	66 %
Ruinart España S.L.	Madrid, Espagne	100 %	66 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	64 %	65 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64 %	64 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %
Diageo Moët Hennessy BV LLC	Amsterdam, Pays-Bas (3)	100 %	66 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande (2)	40 %	26 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %
Riche Monde Orient Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	66 %
Riche Monde Ltd	Hong Kong, Chine (3)	100 %	66 %
Riche Monde (China) Ltd	Shanghai, Chine (3)	100 %	66 %
M.H. - U.D.G. (Far East) Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	66 %
Riche Monde Pte Ltd	Singapour (3)	100 %	66 %
Riche Monde Malaisie Inc	Petaling Jaya, Malaisie (5)	50 %	33 %
Riche Monde Taipei Ltd	Taipei, Taiwan (3)	100 %	66 %
Riche Monde Bangkok Ltd	Bangkok, Thaïlande (3)	100 %	66 %
Moët Hennessy Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	65 %
Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	65 %
RML DF Greater China	Shanghai, Chine (3)	100 %	66 %
MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
MHWH Limited	Limassol, Chypre	50 %	33 %
Moët Hennessy Whitehall Rus SA	Moscou, Russie	100 %	33 %
Moët Hennessy Diageo KK	Tokyo, Japon (3)	100 %	66 %
Moët Hennessy Asia Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %
Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Millennium Import LLC	Minneapolis, MN, USA	100 %	66 %
Millennium Brands Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Polmos Zyrardow	Zyrardow, Pologne	99 %	65 %
Moët Hennessy VR Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Glenaird Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	50 %	33 %
The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
MODE ET MAROQUINERIE			
Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Manufacture de souliers Louis Vuitton S.r.l.	Fiesso d'Artico, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC	Saint Barthélémy, Antilles Françaises	100 %	100 %
Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sedivem SNC	Paris, France	100 %	100 %
Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
ELV SARL	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fashion Group UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Louis Vuitton Ukraine LLC	Kiev, Ukraine	100 %	100 %
Sociedad Catalana Talleres Artesanos Louis Vuitton SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Belgium	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Louis Vuitton Portugal Maleiro, Ltda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Louis Vuitton Ltd	Tel Aviv, Israël	100 %	100 %
Louis Vuitton Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Louis Vuitton Aktiebolag SA	Stockholm, Suède	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	99 %
Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Louis Vuitton Osterreich G.m.b.H	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Louis Vuitton Cantacilik Ticaret Anonim Sirketi	Istanbul, Turquie	99 %	99 %
LV US Manufacturing, Inc	New York, USA	100 %	100 %
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Hawaii Inc	Honolulu (Hawaï), USA	100 %	100 %
Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	40 %
Louis Vuitton Guam, Inc	Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan, Inc	Saipan	100 %	100 %
Louis Vuitton Norge	Oslo, Norvège	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	New York, USA	100 %	100 %
LVMH FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Blinfar SA	Montevideo, Uruguay	100 %	100 %
Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Milbrook Limited	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (Philippines), Inc	Makati, Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
PT Louis Vuitton Indonesia	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Louis Vuitton Taiwan, Ltd	Taipei, Taiwan	98 %	97 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	POURCENTAGE INTÉRÊT
Louis Vuitton Australia, PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LV New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Louis Vuitton Kuweit CSP	Safat, Koweït	60 %	60 %
Louis Vuitton UAE LLC	Dubai, Émirats 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 Hungaria Sarl	Budapest, Hongrie	100 %	100 %
Louis Vuitton Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
LV Colombia SA	Santafe 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 Ltd	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	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, USA (*)	100 %	100 %
Louis Vuitton Canada, Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Marc Jacobs International, LLC	New York, USA (*)	96 %	96 %
Marc Jacobs Trademark, LLC	New York, USA (*)	33 %	33 %
Marc Jacobs International Japon Co., Ltd	Tokyo, Japon	100 %	99 %
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 Commercial & Trading Co, LTD	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Loewe Fashion Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Loewe Fashion (M) SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Loewe Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	97 %
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 %
Caltunificio Rossi Moda SpA	Vigonza, Italie	97 %	97 %
Rossi Moda USA Ltd	New York, USA	100 %	97 %
Rossimoda France SARL	Paris, France	100 %	97 %
Brenta Suole S.r.l.	Vigonza, Italie	65 %	63 %
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Montaigne KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Modulo Italia S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Celine SA	Paris, France	100 %	100 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	100 %
Celine Montaigne SA	Paris, France	100 %	100 %
Celine Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %
Celine Production S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %
Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Celine Inc	New York, USA (*)	100 %	100 %
Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	99 %	99 %
Celine Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Celine (Singapour) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Celine Guam Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %
Celine Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Celine Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	99 %
CPC International Ltd	Hong kong, Chine	100 %	100 %
Kami SA	Montbazon, France	100 %	100 %
Kenzo 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, USA	100 %	100 %
Givenchy Co Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	POURCENTAGE INTÉRÊT
Gentleman Givenchy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Gabrielle Studio, Inc	New York, USA	100 %	100 %
Donna Karan International Inc	New York, USA (*)	100 %	100 %
The Donna Karan Company LLC	New York, USA	100 %	100 %
Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	100 %
Donna Karan Studio LLC	New York, USA	100 %	100 %
The Donna Karan Company Store LLC	New York, USA	100 %	100 %
Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Company Store (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Donna Karan (Italy) S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Donna Karan (Italy) Production Services S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Fendi International BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Fun Fashion Emirates LLC	Dubai, EAU	60 %	60 %
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, USA (*)	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	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fendi Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Fun Fashion FZCO LLC	Dubai, EAU	60 %	60 %
Fendi Marianas Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %
Fun Fashion Kuwait WLL	Kuwait City	80 %	80 %
Fun Fashion Germany GmbH KG	Stuttgart, Allemagne	51 %	51 %
Fendi Macau Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Fendi Germany GmbH	Stuttgart, Allemagne	100 %	100 %
Fun Fashion Napoli Srl	Naples, Italie	51 %	51 %
Fendi Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	70 %
Fendi Jeddah	Jeddah, Arabie Saoudite	60 %	60 %
Fendi Ryiadh	Ryiadh, Arabie Saoudite	60 %	60 %
Fun Fashion Spain SL	Marbella, Espagne	70 %	70 %
Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	70 %	70 %
Emilio Pucci S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %
Emilio Pucci International BV	Naarden, Pays-Bas	67 %	67 %
Emilio Pucci, Ltd	New York, USA	100 %	100 %
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, USA (*)	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), USA	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, USA	100 %	100 %
SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
Beauté SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
LVMH Fragrances & Cosmetics (Sinpagore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Orient Co	Dubai, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	POURCENTAGE INTÉRÊT
Parfums Christian Dior Emirates	Dubai, Émirats Arabes Unis	51 %	31 %
Parfums Christian Dior (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Christian Dior BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Parfums Christian Dior S.A.B.	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas S.A.	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A.G.	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes LLC	New York, USA	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Canada Inc	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH P&C de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Japon K.K.	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd	Kowloon, 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), USA	100 %	100 %
GIE LVMH P&C Recherche	Paris, France	100 %	100 %
GIE Parfums et Cosmétiques Information Services - PCIS	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Perfumes Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Acqua Di Parma S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %
Acqua Di Parma LLC	New York, USA	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, USA	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 Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	100 %
Make Up For Ever UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Make Up For Ever LLC	New York, USA (*)	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-Unis	100 %	100 %
Parfums Givenchy GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Parfums Givenchy LLC	New York, USA (*)	100 %	100 %
Parfums Givenchy Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
Parfums Givenchy KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Givenchy WHD, Inc	New York, USA (*)	100 %	100 %
Kenzo Parfums France SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Parfums NA LLC	New York, USA (*)	100 %	100 %
La Brosse et Dupont SAS	Villepinte, France	100 %	100 %
La Brosse et Dupont Portugal SA	S. Domingos de Rana, Portugal	100 %	100 %
Mitsie SAS	Tarare, France	100 %	100 %
LBD Iberica SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
LBD Ménage SAS	Beauvais, France	100 %	100 %
LBD Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
SCI Masurel	Tourcoing, France	100 %	100 %
SCI Sageda	Orange, France	100 %	100 %
LBD Italia S.r.l.	Stezzano, Italie	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	POURCENTAGE INTÉRÊT
Etablissements 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), USA	80 %	80 %
BeneFit Cosmetics UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics Korea	Séoul, Corée du Sud	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	80 %
BeneFit Cosmetics Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Fresh Inc	Boston (Massachusetts), USA	80 %	80 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Luxe International SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
MONTRES ET JOAILLERIE			
TAG Heuer International SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
TAG Heuer SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
LVMH Relojeria & Joyeria España SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Montres & Joaillerie France SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Italy Holding SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry UK Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
Ebel Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
Tag Heuer Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry USA (Inc)	Springfield (New Jersey), USA	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 Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Japan K.K.	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Carribean & Latin America Inc	Coral Gables (Floride), USA	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 %
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume-Uni (1)	50 %	50 %
Omas S.r.l.	Bologne, Italie	100 %	100 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Les Ateliers Horlogers LVMH SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %
Joaillerie de Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Fred Inc	Beverly Hills (Californie), USA (*)	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	Alimos, Grèce (1)	50 %	50 %
Beauty Shop Romania SA	Bucarest, Roumanie (1)	50 %	50 %
Spring Time Cosmetics SA	Athènes, Grèce (1)	50 %	50 %
Sephora Tchéquie SRO	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %
Sephora Patras	Alimos, Grèce (1)	51 %	25 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE CONTRÔLE	POURCENTAGE INTÉRÊT
Sephora Cosmeticos España	Madrid, Espagne (1)	50 %	50 %
S+	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cyprus	Chypre (1)	50 %	50 %
Sephora Moyen-Orient	Fribourg, Suisse	100 %	55 %
Sephora Middle East FZE	JAFZ, Dubaï, EAU	100 %	55 %
Sephora Émirates	Dubaï, EAU	100 %	55 %
Sephora Bahrain	Manama, Bahrein	100 %	55 %
Sephora China	Shanghai, Chine	81 %	81 %
Sephora Holding Asia	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Sephora Beijing Cosmetics Co. Ltd	Beijing, Chine	81 %	81 %
Sephora USA, Inc	San Francisco (Californie), USA (*)	100 %	100 %
Sephora Beauty Canada, Inc	San Francisco (Californie), USA	100 %	100 %
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	55 %	57 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	99 %	99 %
SEGEP SNC	Paris, France	99 %	99 %
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %
Balthazar SNC	Paris, France	100 %	100 %
DFS Holdings Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %
DFS Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
Travel Retail Shops Pte Ltd	Sydney, Australie (2)	45 %	28 %
DFS European Logistics Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS Credit Systems Limited	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS Group Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
DFS China Partners Ltd	Kowloon, 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 %
Preferred Products Limited	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS Okinawa K.K.	Okinawa, Japon	100 %	61 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon (2)	45 %	28 %
JAL/DFS Co., Ltd	Chiba, Japon (2)	40 %	24 %
DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Cotai Limitada	Macao, Chine	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	Saïpan, Iles Mariannes	97 %	59 %
DFS Saipan Ltd	Saïpan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Kinkaï Saipan L.P.	Saïpan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Saipan International Boutique Partners	Saïpan, Iles Mariannes	50 %	31 %
DFS Palau Ltd	Koror, Palau	100 %	61 %
Difusi Information Technology & Development Co. Ltd	Chine	100 %	61 %
DFS Information Technology (Shanghai) Company Limited	Chine	100 %	61 %
Hainan DFS Retail Company Limited	Chine	100 %	61 %
DFS Galleria Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	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, USA	61 %	61 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Los Angeles (Californie), USA	77 %	47 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, USA	100 %	61 %
Hawaii International Boutique Partners	Honolulu (Hawaï) USA	50 %	31 %
JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, USA	80 %	49 %
DFS Guam L.P.	Tamuring, Guam	61 %	61 %
Guam International Boutique Partners	Tamuring, Guam	50 %	31 %
DFS Liquor Retailing Ltd	Delaware, USA	61 %	61 %
Twenty –Seven - Twenty Eight Corp.	Delaware, USA	61 %	61 %
TRS Hawaii LLC	Honolulu (Hawaï), USA (2)	45 %	28 %
TRS Saipan	Saipan, Iles Mariannes (2)	45 %	28 %
TRS Guam	Tumon, Guam (2)	45 %	28 %
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, USA	100 %	100 %
On-Board Media, Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Starboard Cruise Services, Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Starboard Holdings Ltd	Delaware, USA	100 %	100 %
International Cruise Shops, Ltd	Iles Caïmans	100 %	100 %
South Florida Custom Brokers	Miami (Floride), USA	100 %	100 %
Miami Airport Duty-Free Joint Venture	Miami (Floride), USA	66 %	66 %
Fort Lauderdale Partnership	Ft Lauderdale (Floride), USA	75 %	75 %
AUTRES ACTIVITÉS			
DI Group SA	Paris, France	100 %	100 %
DI Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Imprimerie Desfossés SARL	Paris, France	100 %	100 %
Tribune Desfossés SAS	Paris, France	100 %	100 %
Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les éditions Classique Affaires SARL	Paris, France	100 %	100 %
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 Éditions SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Magazine SA	Paris, France	100 %	100 %
SOFPA SA	Lausanne, Suisse	100 %	100 %
Ufipar SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sofidiv SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Boulogne Billancourt, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
LVMH 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 SAS	Boulogne Billancourt, France	66 %	66 %
Creare SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
Creare Pte Ltd	Singapour	100 %	86 %
Société Montaigne Jean Goujon SAS	Paris, France	100 %	100 %
Delphine SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Primae SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Eutrope SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %
LBD HOLDING SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
LV Capital SA	Paris, France	100 %	100 %
Micromania SAS	Nice, France	100 %	100 %
Fondation Louis Vuitton pour la création	Neuilly-sur-Seine, France	100 %	100 %
Moët Hennessy Inc	New York, USA (*)	100 %	66 %
One East 57th Street LLC	New York, USA (*)	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc	New York, USA (*)	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp	New York, USA (*)	100 %	100 %
1896 Corp	New York, USA (*)	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton BV	Baarn, 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 CONSOLIDES

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 2006, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II. JUSTIFICATION DES 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 1.10 aux états financiers donne une information appropriée sur le traitement comptable des engagements d'achat de titres de minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne ;
- les marques et les écarts d'acquisition font l'objet d'un test de perte de valeur réalisé selon la méthode décrite dans la note 1.12 de l'annexe. Nous avons apprécié le bien-fondé de la méthodologie mise en œuvre basée sur un ensemble d'estimations et examiné les données et 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

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	Alain Pons	Jeanne Boillet	Gilles Galippe

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

		Page
1.	COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION	131
2.	PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS ET AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	132
3.	COMMISSAIRES AUX COMPTES	143

1.COMPOSITION DES ORGANES DE DIRECTION

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim [1]
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault Gancia

Jean Arnault

Nicolas Bazire

Nicholas Clive Worms [1]

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 [2]

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 Ouart
Conseiller du Président

Philippe Pascal
Montres et Joaillerie

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Bernard Rolley
Opérations

Pierre-Yves Roussel
Mode

Mark Weber
Donna Karan

SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

Marc-Antoine Jamet

1 Personnalité indépendante.

2 Au 31 décembre 2006.

2. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS ACTUELS ET AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

2.1 Mandats d'Administrateurs à renouveler

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-Directeur général en 1978.

Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président Directeur Général de Financière Agache SA et de Christian Dior SA. Il entreprend alors de réorganiser le groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.

En 1989, il devient le principal actionnaire de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton, et crée ainsi le premier groupe mondial du luxe. Il en prend la Présidence en janvier 1989.

Fonctions et mandats actuels :

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

Président du Conseil d'Administration de :

- Christian Dior SA, France ;
- Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France.

Président de Groupe Arnault SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior Couture SA, France ;
- Raspail Investissements 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-Directeur Général de Montaigne Participations et Gestion SA, 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 SAS, France et de Société Financière Saint-Nivard SAS, France.

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

Mme Delphine ARNAULT GANCIA

Née le 4 avril 1975.

Française.

Date de première nomination : 10 septembre 2003.

Date de fin de mandat : Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2006.

Mme Delphine Arnault Gancia a commencé sa carrière dans le cabinet international de conseil en stratégie Mc Kinsey où elle fut consultante pendant deux ans.

En 2000, elle participe au développement de la société John Galliano où elle acquiert une expérience concrète du métier de la mode. En 2001, elle rejoint le Comité de Direction de Christian Dior où elle est actuellement Directrice du marketing ; elle siège, en outre, au Conseil d'Administration de Loewe, où elle est Directrice de la Stratégie Produits.

Fonctions et mandats actuels :

Administrateur de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Loewe SA, Espagne.

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 ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Parfums Christian Dior SA, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

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

Fonctions et mandats antérieurs :

Président et Directeur Général d'Omnium Lyonnais d'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.

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 Worms 1848 SAS.

Fonctions et mandats actuels :

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

Président de :

- Worms 1848 SAS, France ;
- Maison Worms SAS, France.

Administrateur de :

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

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de :

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

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

Associé Gérant de Maison Worms & Cie, France.

Administrateur de :

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

Membre du Conseil de Surveillance de :

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

Représentant permanent de :

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

Président de Permal Group SCA, France.

M. 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 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 ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Objectif Small Caps Euro SICAV, France ;
- SA du Château d'Yquem, France ;
- Slivarente SICAV, France ;
- Wine & Co SA, 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 ;
- Sociedad Textil Lonia, Espagne ;
- 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 :

- Euronext NV, Pays-Bas ;
- SFMI Micromania SAS, France.

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, 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.

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

Censeur de Seloger.com, 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 LVMH Fashion Group, France.

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

Administrateur de :

- Moët Hennessy SA, France ;
- Moët Hennessy International SA, France ;
- Parfrance SICAV, France ;
- Parfums Givenchy SA, France ;
- Pechel Industries SA, France ;
- Ufipress SA, France ;
- Chamarac Properties Inc., États-Unis ;
- Moët Hennessy USA Inc., États-Unis ;
- RG Monétaire International SICAV, France ;
- Sofidiv Inc., États-Unis ;

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.

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

Président de :

- Delphine SAS, France ;
- Sofidiv SAS, France ;
- Ufipar SAS, France.

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928.

Américain.

Date de première nomination : 14 mai 2001.

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

Conseiller du Président et Directeur Général de Richard S. Fuld, Jr et Président du Conseil d'Administration des Comités de Conseil International Lehman Brothers.

Vice-Président du Conseil d'Administration de Carnegie Hall, États-Unis.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Lagardère SCA, France ;
- Publicis Groupe SA, France.

Administrateur de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Center for Strategic and International Studies (CSIS), États-Unis ;
- Conseiller auprès du Council on Foreign Relations, États-Unis.

Fonctions et mandats antérieurs :

Administrateur de :

- Rothschilds Continuation Holdings AG, France ;
- Suez, France ;
- Comcast Corporation, États-Unis ;
- Fiat Spa, Italie.

Ambassadeur des États-Unis en France.

Associé Gérant de Lazard Frères LLC.

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947.

Français.

Date de première nomination : 13 mai 2004.

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

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

Fonctions et mandats antérieurs :

Ministre des Affaires Étrangères.

2.2 Mandats d'Administrateurs en cours

M. Antoine BERNHEIM, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924.

Français.

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

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

M. Antoine Bernheim a été Associé-gérant de Lazard Frères & Cie de 1967 à 2000 et associé de Lazard LLC de 2000 à 2005. Il a été Président Directeur Général de La France SA de 1974 à 1997 et d'Euromarché de 1981 à 1991. Président de Generali Spa entre 1995 et 1999, il exerce à nouveau ces fonctions depuis 2002.

Fonctions et mandats actuels :

Président de Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Directeur Général de Société Française Générale Immobilière SA, France.

Vice-Président et Administrateur de :

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

Administrateur de :

- Bolloré SA, France ;
- Christian Dior SA, France ;
- Christian Dior Couture SA, France ;
- Ciments Français SA, France ;
- Generali France SA, France ;
- Generali España Holding SA, Espagne ;
- AMB Generali Holding AG, Allemagne ;
- BSI : Banca della Svizzera Italiana, Suisse ;
- Generali Holding Vienna AG, Autriche ;
- Graafschap Holland, Pays-Bas ;
- Mediobanca, Italie.

Membre du Conseil de Surveillance d'Eurazeo SA, 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 Commanditaire de Partena, France.

Vice-Président et Administrateur de :

- Bolloré Investissement SA, France ;
- Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Administrateur de :

- Aon France, France ;
- Financière Agache SA, France ;
- Rue Impériale, France ;
- Société Immobilière Marseillaise, France ;
- Banca Intesa Spa, Italie.

Représentant permanent de la société Anonyme de la Rue Impériale de Lyon, Administrateur de Eurazeo, 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 délégué et Administrateur de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France.

Président du Conseil d'Administration de LVMH (Shanghai) Management & Consultancy Co. Ltd, Chine.

Administrateur de :

- Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise, France ;
- Givenchy SA, France ;
- Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA, France ;
- De Beers Diamond Jewellers Limited, Grande-Bretagne ;
- De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd, Grande-Bretagne ;
- DFS Group Limited, Bermudes ;
- DFS Holdings Limited, Bermudes ;
- DFS 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 Limited, Grande-Bretagne.

Gérant de Benefit Cosmetics LLC, États-Unis.

Fonctions et mandats antérieurs :

Directeur Général de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc., États-Unis.

Administrateur de :

- Chamarac Properties Inc., États-Unis ;
- Fendi Srl, Italie ;
- Fendi Immobili Industriali Srl, Italie ;
- Fendi Italia Srl, Italie.

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977.

Français.

Date de première nomination : 11 mai 2006.

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

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 en matière de publicité.

En 2005, il obtient le MBA 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.

Président du Conseil d'Administration de Louis Vuitton Monaco.

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

Fonctions et mandats antérieurs :

Président de Domainoo.com.

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 :

Membre du Conseil de Surveillance de Rothschild et Cie Banque SCS, France.

Administrateur de :

- Agache Développement SA, France ;
- DI Group SA, France ;
- Europatweb SA, France ;
- Financière Agache Private Equity SA, France ;
- Ipsos SA, France ;
- Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise, France ;
- LVMH Fashion Group SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Tajan SA, France.

Président de Société Financière Saint-Nivard SAS, France.

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, 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.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil des Commanditaires de Rothschild et Cie Banque SCS, France.

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 ;
- Omas Srl, Italie.

Président de :

- Invry SAS, France ;
- La Tour du Pin SAS, France.

Représentant permanent de :

- Eurofinweb NV, Administrateur de Europatweb France SA, France ;
- Groupe Arnault SA, Administrateur de Europatweb SA, France ;
- Sifanor, Administrateur de Agache Développement, France.

Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion SA, Membre du Comité de Surveillance de Paul Doumer Automobiles SAS, France, Président de Gasa Développement SAS, France, et de Société Financière Saint-Nivard SAS, France.

Membre du Comité de Surveillance de Sifanor SAS, 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 et Administrateur Délégué du groupe Tod's SpA qui est aujourd'hui l'un des leaders du marché des accessoires de luxe.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué de Tod's Spa, Italie.

Président du Conseil d'Administration de Fondazione Della Valle Onlus, Italie.

Président d'honneur d'ACF Fiorentina Spa, Italie.

Vice-Président et Administrateur de Marcolin Spa, Italie.

Associé Commandité et Administrateur de Diego Della Valle & C. SAPA, Italie.

Administrateur de :

- Le Monde Europe SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Assicurazioni Generali Spa, Italie ;
- Compagnia Immobiliare Azionaria, Italie ;
- DI.VI. Finanziaria SAPA, Italie ;
- Ferrari Spa, Italie ;
- RCS Mediagroup Spa, Italie.

Administrateur unique de DDV partecipazioni SRL, Italie.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Italiantouch Srl, Italie.

Administrateur de :

- Acqua Di Parma, Italie ;
- Banca Commerciale Italiana, Italie ;
- Banca Nazionale del Lavoro Spa, Italie ;
- Cassa di Risparmio di Fermo, Italie ;
- D.A.DV Family Holding SARL, Luxembourg ;
- Gimar Srl, Italie ;
- Iri Spa, Italie ;
- Maserati Spa, Italie ;
- Tod's UK Ltd, Grande-Bretagne.

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926.

Belge.

Date de première nomination : 29 mai 1997.

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

Après un début de carrière au sein de l'entreprise familiale qui commercialise des produits métallurgiques, M. Albert Frère s'oriente vers l'industrie et acquiert, avec ses associés, la maîtrise de l'ensemble des entreprises sidérurgiques du bassin de Charleroi. En 1981, il participe à la fondation de Pargesa Holding. L'année suivante, cette société entre dans le capital de Groupe Bruxelles Lambert, société dont il prend la Présidence en 1987 et l'exerce depuis cette date. Il est Président du Conseil d'Administration de Frère-Bourgeois SA depuis 1970.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration de :

- Erbé SA, Belgique ;
- Financière de la Sambre SA, Belgique ;
- Frère-Bourgeois SA, Belgique.

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

Régent honoraire de la Banque Nationale de Belgique.

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

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

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

Administrateur de :

- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Raspail Investissements SA, France ;
- Société Civile du Cheval Blanc, France ;
- Gruppo Banca Leonardo, Italie.

Représentant permanent de Belholding Belgium SA, Membre du Comité de Direction de Groupe Arnault SAS, France.

Membre du Comité International de Assicurazioni Generali Spa, Italie.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Petrofina, Belgique.

Administrateur de :

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

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

M. 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 et Président d'Honneur du Musée du Quai Branly, France.

Administrateur de :

- LVMH Fashion Group SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- Université de Paris Dauphine, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil de Surveillance d'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 SA, France ;
- BNP Paribas SA, France ;
- Total SA, France ;
- Vivendi Universal SA, France.

M. Pierre GODÉ, Conseiller du Président

Né le 4 décembre 1944.

Français.

Date de première nomination : 13 janvier 1989.

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

M. Pierre GODÉ a été Avocat au barreau de Lille et Professeur à la faculté de droit de Lille puis à celle de Nice.

Il est Conseiller du Président du Groupe Arnault depuis 1986.

Fonctions et mandats actuels :

Président et Directeur Général de :

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

Directeur Général de Groupe Arnault SAS, France.

Président de Financière Jean Goujon SAS, France.

Administrateur de :

- Christian Dior SA, France ;
- Christian Dior Couture SA France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;

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

Gérant de PMG SARL, France.

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

Représentant légal de Groupe Arnault SAS, Président de Ficonor, France.

Membre du Comité de Direction de Sofidiv SAS, France.

Membre du Comité de Surveillance de Semyrhamis SAS, France.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président et Directeur Général de Financière Truffaut, France.

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

Administrateur de :

- 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 BV, Pays-Bas ;
- Sanderson International, Luxembourg.

Représentant permanent de :

- Financière Agache, Administrateur 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 d'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 :

- 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 ;
- Sifanor SAS, France.

Gérant de :

- la société Civile Immobilière du 30 de l'Avenue Hoche ;
- Redeg SARL, 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 1er septembre 2002.

Fonctions et mandats actuels :

Président du Conseil d'Administration de :

- Jas Hennessy & Co Ltd, Irlande ;
- Moët Hennessy Danmark A/S, Danemark.

Administrateur de :

- France Champagne SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- MHD Moët Hennessy Diageo SAS, France ;
- Moët Hennessy Investissements SA, France ;
- Millennium Import LLC, États-Unis ;
- Millennium Brands Limited, Irlande ;
- Innovacion en Marcas de Prestigio SA de CV, Mexique ;
- Moët Hennessy Belux SA, Belgique ;
- Moët Hennessy UK Ltd, Grande-Bretagne ;
- Moët Hennessy de Mexico SA, Mexique ;
- Moët Hennessy Asia Pacific Pte, Singapour ;
- Moët Hennessy Shanghai, Chine ;
- Moët Hennessy USA Inc., États-Unis ;
- The Glenmorangie Company Ltd, Grande-Bretagne.

Membre du Conseil de Surveillance de Schieffelin & Somerset, États-Unis.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires de Champagne Moët & Chandon SCS, France.

Membre du Conseil des Commanditaires de :

- Jas Hennessy & Co SCS, France ;
- Veuve Clicquot Ponsardin SCS, France.

Membre du Comité Consultatif de Moët Hennessy Do Brasil, Brésil.

Fonctions et mandats antérieurs :

Directeur Général délégué et Administrateur de Jas Hennessy & Co, France.

Administrateur de Moët Hennessy International SA, France.

Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil de Surveillance de Champagne Moët & Chandon, France.

Gérant de :

- EURL Richemont, France ;
- Moët Hennessy Deutschland GmbH, Allemagne.

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

M. Arnaud LAGARDÈRE

Né le 18 mars 1961.

Français.

Date de première nomination : 15 mai 2003.

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

M. Arnaud Lagardère a été Président de Grolier Inc. de 1994 à 1998 et de Grolier Interactive Europe de 1994 à 2000. Il est Président Directeur Général d'Hachette SA, Président d'EADS NV et d'EADS Participations BV et 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 NV, Pays-Bas ;
- EADS Participations BV, Pays-Bas ;
- Lagardère Active North America Inc., États-Unis.

Président du Conseil de Surveillance de Lagardère Active SA, France.

Membre du Conseil de Surveillance de :

- Hachette Filipacchi Medias SAS, France ;
- Lagardère Sports SAS, France ;
- 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 ;
- Lagardère Ressources SAS, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA France ;
- Lagardère Management Inc., États-Unis.

Président de :

- Association des Amis de Paris Jean Bouin C.A.S.G., France ;
- Association Nouvel Elan Croix Catelan, France ;
- Association Lagardère Paris-Racing, France ;
- Fondation Jean-Luc Lagardère, France ;
- Lagardère SAS, France ;
- Lagardère Active Broadband SAS, France ;
- Lagardère Capital et Management SAS, France.

Président Délégué de Lagardère Active Broadcast SA, Monaco.

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 :

- Association du Club des Entreprises Paris 2012, France ;
- Lagardère Active Broadband Finances SAS, France ;
- Lagardère Active, 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 Largardère 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 2008.

Lord Powell a été Secrétaire Privé et Conseiller pour les Affaires Étrangères et la Défense des Premiers Ministres Margaret Thatcher et John Major de 1983 à 1991. Il a été Président de Sagitta 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 ;
- Magna Holdings, Bermudes.

Administrateur de :

- Financière Agache SA, France ;
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA, France ;
- British Mediterranean Airways, Grande-Bretagne ;
- Caterpillar Inc., États-Unis ;
- Mandarin Oriental International Ltd, Bermudes ;
- Matheson & Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Northern Trust Global Services, Grande-Bretagne ;
- Schindler Holding, Suisse ;
- Singapore Millennium Foundation Limited, Singapour ;
- Textron Corporation, États-Unis ;
- Yell Group Ltd, Grande-Bretagne.

Fonctions et mandats antérieurs :

Président du Conseil d'Administration de Sagitta Asset Management, Grande-Bretagne.

Président du Comité Consultatif de Phillips, de Pury & Luxembourg, Grande-Bretagne.

Administrateur de :

- Montaigne Participations et Gestion SA, France ;
- Arjo Wiggins Appleton Plc, Grande-Bretagne ;
- Dairy Farm International Holdings Ltd, Bermudes ;
- Falgos Investments Ltd, Grande-Bretagne ;
- Hongkong Land Holdings Ltd, Bermudes ;
- J. Rothschild Name Co Ltd, Grande-Bretagne ;
- Jardine International Motor Holdings Ltd, Bermudes ;
- Jardine & Lloyd Thompson Group Plc, Bermudes ;
- Jardine Matheson Holdings Ltd, Bermudes ;
- Jardine Strategic Holdings Ltd, Bermudes ;
- National Westminster Bank Plc, Grande-Bretagne ;
- Nelfi SA, Luxembourg ;
- Said Holdings Ltd, Bermudes.

2.3 Censeur

M. Kilian HENNESSY

Né le 19 février 1907.

Français.

Date de première nomination : 16 septembre 1971.

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

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

Administrateur de Parfums Christian Dior SA, France.

3. COMMISSAIRES AUX COMPTES

Commissaires aux Comptes titulaires

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
• ERNST & YOUNG Audit Tour Ernst & Young, Faubourg de l'Arche 92037 Paris La Défense Représenté par Jeanne BOILLET et Gilles GALIPPE	6 juin 1998	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009
• 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

• M. Denis GRISON 61, rue Henri Regnault 92075 Paris La Défense	6 juin 1986	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009
• M. Dominique THOUVENIN Tour Ernst & Young, Faubourg de l'Arche 92037 Paris La Défense	9 juin 1989	13 mai 2004	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2009

Honoraires perçus en 2006

(en milliers d'euros, hors taxes)	ERNST & YOUNG Audit				DELOITTE & ASSOCIES			
	2006		2005		2006		2005	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	1 652	15	1 601	14	1 150	17	1 076	18
- Filiales consolidées	7 588	70	7 888	67	4 936	74	3 876	65
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux comptes :								
- LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	-	-	-	-	-	-	-	-
- Filiales consolidées	583	5	873	8	178	3	799	13
	9 823	**90**	**10 362**	**89**	**6 264**	**94**	**5 751**	**96**
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
Juridique, fiscal, social	1 017	9	1 261	11	245	4	208	4
Autres	62	1	2	-	122	2	14	-
	1 079	**10**	**1 263**	**11**	**367**	**6**	**222**	**4**
Total	**10 902**	**100**	**11 625**	**100**	**6 631**	**100**	**5 973**	**100**

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

		Page
1.	ORGANISATION GÉNÉRALE	146
2.	CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	147
3.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	149
4.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	150
5.	STATUTS	151

GOUVERNEMENT 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 prononcées à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés. Aucune information n'a été communiquée au titre de cette obligation.

La Société se conforme aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur en France en matière de gouvernement d'entreprise.

Conseil d'Administration

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

Les Administrateurs doivent détenir personnellement un minimum de 500 actions.

Au cours de l'année 2006, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 84 % en moyenne. Le Conseil a arrêté les comptes annuels et semestriels et s'est prononcé notamment sur les grandes orientations stratégiques du Groupe, le budget, la mise en place d'un plan d'options de souscription d'actions et l'attribution d'actions gratuites, l'autorisation de cautions au profit de tiers ainsi que sur diverses conventions conclues entre sociétés apparentées.

LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration 1 110 000 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, d'examiner les comptes sociaux et consolidés, avant leur soumission au Conseil d'Administration, et de veiller à la mise en œuvre effective du contrôle interne du Groupe.

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

Le Comité d'Audit de la Performance s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2006. Toutes les réunions ont été tenues en présence de tous les membres, ainsi que celle des Commissaires aux Comptes, du Directeur des Opérations, du Directeur Financier, du Directeur du Contrôle de Gestion, du Directeur de l'Audit Interne, du Directeur Comptable, du Directeur Juridique, et en fonction des sujets abordés, du Directeur du Financement 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, la politique de couverture de change, l'évaluation des marques et écarts d'acquisition, les opérations liées à la couverture de plans d'options ainsi que sur la constitution de la Fondation d'entreprise Louis Vuitton pour la Création.

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 2006 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, préalablement à la tenue des réunions du Conseil d'Administration dont l'ordre du jour porte sur l'examen des comptes sociaux et des comptes consolidés annuels ou semestriels.

Le cas échéant, le Comité peut être appelé à tenir des réunions exceptionnelles, lorsque survient un événement pouvant affecter de manière significative les comptes sociaux ou consolidés.

Tout document communiqué aux membres du Comité dans le cadre de leurs attributions doit être considéré comme confidentiel tant qu'il n'a pas été rendu public par la société.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'Administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

Chaque réunion du Comité fait l'objet d'un compte-rendu.

3.4 Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'Administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

Le Comité peut demander communication de tout document comptable, juridique ou financier qu'il juge utile à l'accomplissement de sa mission.

À sa demande, et hors la présence du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général(aux) délégué(s) de LVMH, le Comité peut entendre les directeurs de la société, notamment ceux responsables de l'établissement des comptes et du contrôle interne, ainsi que les Commissaires aux Comptes.

3.5 Rémunération des membres du Comité

Les membres et le président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'Administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée Générale.

4. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

4.1 Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations (ci-après « le Comité ») est composé d'au moins trois Administrateurs et/ou censeurs. La majorité de ses membres sont indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'Administration, les Administrateurs exerçant une fonction de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH ou rémunérés par une filiale de LVMH ne peuvent être membres du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité, si le Président du Conseil d'Administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué de LVMH, est déjà membre d'un comité correspondant dans la société où ce premier Administrateur exerce lui-même des fonctions de mandataire social.

4.2 Rôle du Comité

Le Comité a pour mission, sur consultation du Président du Conseil d'Administration, d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures aux postes d'Administrateur et de Censeur de la société en veillant à ce que figurent au sein de son Conseil d'Administration des personnalités extérieures et indépendantes de celle-ci.

Le Comité est sollicité par le Président du Conseil d'Administration ou par les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur Général ou de Directeur Général délégué pour leur donner un avis sur les candidatures aux fonctions de membre du Comité Exécutif du Groupe et de direction générale de ses principales filiales.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la société, ainsi que sur la rémunération, les avantages en nature et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'Administration, du Directeur Général et du (des) Directeur(s) Général (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

Les statuts présentés ici tiennent compte des modifications proposées à l'Assemblée Générale du 10 mai 2007.

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 1er 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, bénéfices 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 prévu une, doit être versée en totalité lors de la souscription.

Le versement du reste est appelé par le Conseil d'Administration en une ou plusieurs fois dans un délai de cinq ans à compter de la date de réalisation de l'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des actionnaires huit jours au moins avant l'époque fixée pour chaque versement par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du lieu du siège social, ou par lettre recommandée avec avis de réception adressée aux actionnaires.

Les sommes exigibles sur le montant non libéré des actions sont, sans qu'il soit besoin d'une demande en justice, productives, jour par jour, d'un intérêt calculé au taux de 5 % l'an, à compter de la date de leur exigibilité.

Lorsque les actions en numéraire ne sont pas libérées intégralement au moment de l'émission, elles doivent revêtir la forme nominative et demeurer sous cette forme jusqu'à leur entière libération.

Article 8 - Droits et obligations attachés aux actions

Les droits et obligations attachés à l'action suivent celle-ci, dans quelque main qu'elle passe et la cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir et, le cas échéant, la quote-part des réserves et des provisions.

La propriété de l'action entraîne, ipso facto, l'approbation par le titulaire des présents statuts, ainsi que celle des décisions des Assemblées Générales d'actionnaires.

En plus du droit de vote que la loi attache aux actions, chacune d'elles donne droit, dans la propriété de l'actif social, dans le partage des bénéfices et dans le boni de liquidation, à une quotité proportionnelle au nombre et à la valeur nominale des actions existantes.

Le cas échéant, et sous réserve des prescriptions légales impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales, comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la société, avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la société ou de sa liquidation, de telle sorte que, compte tenu de leur valeur nominale respective, toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette, quelle que soit leur origine ou leur date de création.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires font leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions nécessaire.

Article 9 - Forme et transmission des actions

Les actions entièrement libérées revêtent la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve, toutefois, de l'application des dispositions légales relatives à la forme des actions détenues par certaines personnes.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Toutefois, il pourra être créé des certificats ou tout autre document représentatifs d'actions dans les cas et selon les modalités prévues par la loi et les règlements en vigueur.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription en compte nominatif.

Lorsque le propriétaire des titres n'a pas son domicile sur le territoire français, au sens de l'article 102 du Code civil, tout intermédiaire peut être inscrit pour le compte de ce propriétaire. Cette inscription peut être faite sous la forme d'un compte collectif ou en plusieurs comptes individuels correspondant chacun à un propriétaire.

L'intermédiaire inscrit est tenu, au moment de l'ouverture de son compte auprès soit de la société émettrice, soit de l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, de déclarer sa qualité d'intermédiaire détenant des titres pour le compte d'autrui.

Les actions inscrites en compte se transmettent librement par virement de compte à compte.

L'acceptation du cessionnaire n'est exigée que pour les transferts d'actions non entièrement libérées.

Les frais de transfert sont à la charge des cessionnaires.

Les actions non libérées des versements exigibles ne sont pas admises au transfert.

Article 10 - Valeurs mobilières

La société pourra procéder à l'émission de toute valeur mobilière prévue par la loi.

Il pourra également être créé des certificats ou tout autre document représentatifs de valeurs mobilières dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

Article 11 - Conseil d'Administration

1. Sous réserve des dérogations prévues par la loi, la société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'Administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de trois mois.

3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers, arrondi, le cas échéant, au chiffre immédiatement supérieur, des membres du Conseil d'Administration. Lorsque cette limite est dépassée, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été dépassée.

4. La durée des fonctions des Administrateurs est de trois années. Le mandat d'un Administrateur prend fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat dudit Administrateur.

Toutefois, en vue d'assurer un renouvellement des mandats aussi égal que possible et, en tout cas, complet pour chaque période de trois ans, le Conseil aura la faculté de déterminer, en séance, un ordre de sortie par tirage au sort chaque année, d'un tiers des membres. Une fois le roulement établi, les renouvellements s'effectuent par ancienneté de nomination.

Les Administrateurs sont toujours rééligibles ; ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'Assemblée Générale des actionnaires.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges d'Administrateurs, le Conseil d'Administration peut, entre deux Assemblées Générales, procéder à des nominations à titre provisoire.

Les nominations effectuées par le Conseil en vertu de l'alinéa ci-dessus sont soumises à la ratification de la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire. À défaut de ratification, les délibérations prises et les actes accomplis antérieurement par le Conseil n'en demeurent pas moins valables.

Lorsque le nombre des Administrateurs est devenu inférieur au minimum légal, les Administrateurs restants doivent convoquer immédiatement l'Assemblée Générale Ordinaire, en vue de compléter l'effectif du Conseil.

L'Administrateur nommé en remplacement d'un autre Administrateur dont le mandat n'est pas expiré ne demeure en fonction que pendant la durée du mandat restant à courir de son prédécesseur.

5. Un salarié de la société ne peut être nommé Administrateur que si son contrat de travail est antérieur à sa nomination et correspond à un emploi effectif. Il ne perd pas, dans ce cas, le bénéfice de son contrat de travail. Le nombre des Administrateurs qui sont liés à la société par un contrat de travail ne peut excéder le tiers des Administrateurs en fonction.

Article 12 - Organisation et fonctionnement du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration élit parmi ses membres un Président qui doit être une personne physique. Il détermine la durée de ses fonctions, qui ne peut excéder celle de son mandat d'Administrateur et peut le révoquer à tout moment.

Le Conseil d'Administration détermine la rémunération du Président.

Le Président du Conseil d'Administration ne peut être âgé de plus de soixante-quinze ans. Si le Président atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Président, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. Sous réserve de cette disposition, le Président du Conseil est toujours rééligible.

Le Conseil peut élire parmi ses membres un ou plusieurs vice-présidents, en fixant la durée de leurs fonctions qui ne peut excéder celle de leur mandat d'Administrateur.

Le Conseil constitue un bureau composé du Président du Conseil d'Administration, le cas échéant du ou des vice-présidents, et d'un Secrétaire.

Le Secrétaire peut être choisi en dehors des Administrateurs et des actionnaires. Le Conseil fixe la durée de ses fonctions. Le Secrétaire est toujours rééligible.

Article 13 - Réunion du Conseil d'Administration

1. Le Conseil d'Administration se réunit, sur la convocation de son Président, aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige.

Les convocations sont faites au moyen d'une lettre adressée à chacun des Administrateurs, huit jours avant la réunion, et mentionnant l'ordre du jour de celle-ci, lequel ordre du jour est arrêté par l'auteur de la convocation.

Toutefois, le Conseil peut se réunir sans délai sur convocation verbale et sans ordre du jour préétabli :

- si tous les Administrateurs en exercice sont présents ou représentés à cette réunion ; ou
- s'il est réuni par le Président au cours d'une Assemblée d'actionnaires.

Les Administrateurs constituant au moins un tiers des membres du Conseil d'Administration peuvent, en indiquant l'ordre du jour de la séance, convoquer le Conseil si celui-ci ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois.

Le Conseil se réunit au siège social de la société ou en tout autre endroit en France ou hors de France.

2. Tout Administrateur peut donner, même par lettre, télégramme, télex ou télécopie, pouvoir à l'un de ses collègues de le représenter à une séance du Conseil, mais chaque Administrateur ne peut représenter qu'un seul de ses collègues.

La présence effective de la moitié au moins des membres du Conseil est nécessaire pour la validité des délibérations.

Sont réputés présents, pour le calcul du quorum et de la majorité, les Administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les conditions définies par le règlement intérieur du Conseil d'Administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à l'arrêté des comptes annuels et des comptes consolidés ainsi qu'à l'établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du Groupe.

Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés, chaque Administrateur disposant d'une voix pour lui-même et d'une voix pour l'Administrateur qu'il représente. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

3. Il est tenu un registre de présence qui est signé par les Administrateurs participant à la séance du Conseil d'Administration.

4. Les copies ou extraits des délibérations du Conseil d'Administration sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, le Directeur Général, le Secrétaire du Conseil, l'Administrateur Délégué temporairement dans les fonctions de Président ou un Fondé de Pouvoir habilité à cet effet.

Article 14 - Pouvoirs du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la société est engagée même par les actes du Conseil d'Administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns. Chaque Administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Article 15 - Pouvoirs du Président du Conseil d'Administration

1. Le Président du Conseil d'Administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée Générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure, en particulier, que les Administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

2. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'Administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 16 - Direction Générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale

La Direction Générale de la société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'Administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'Administration et portant le titre de Directeur Général, selon la décision du Conseil d'Administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction Générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction Générale de la société est assumée par le Président du Conseil d'Administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur Général lui sont applicables.

2. Directeur Général

Le Directeur Général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur Général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur Général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Le Directeur Général est révocable à tout moment par le Conseil d'Administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume les fonctions de Président du Conseil d'Administration.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'Administration.

Il représente la société dans les rapports avec les tiers. La société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'Administration limitant les pouvoirs du Directeur Général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs Généraux délégués

Sur proposition du Directeur Général, le Conseil d'Administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur Général avec le titre de Directeur Général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs Généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs Généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'Administration, sur proposition du Directeur Général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur Général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs Généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur Général.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'Administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs Généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur Général délégué est fixée à soixante-cinq ans. Si le Directeur Général délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur Général délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Article 17 - Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'Administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur Général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur Général et les Directeurs Généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 18 - Conventions soumises à autorisation

Les cautions, avals et garanties, donnés par la société doivent être autorisés par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Toute convention intervenant entre la société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur Général ou l'un de ses Directeurs Généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur Général ou l'un des Directeurs Généraux délégués de la société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur Général ou membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise.

Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales. Cependant, ces conventions, sauf lorsqu'en raison de leur objet ou de leurs implications financières, elles ne sont significatives pour aucune des parties, sont communiquées par l'intéressé au Président du Conseil d'Administration. La liste et l'objet desdites conventions sont communiqués par le Président aux membres du Conseil d'Administration et aux Commissaires aux Comptes.

Article 19 - Conventions interdites

Il est interdit aux Administrateurs autres que les personnes morales, de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la société, de se faire consentir par elle un découvert en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au Directeur Général, aux Directeurs Généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales Administrateurs. Elle s'applique également aux conjoints, ascendants, et descendants des personnes visées au présent article, ainsi qu'à toute personne interposée.

Article 20 - Rémunération des Administrateurs

1. L'Assemblée Générale Ordinaire peut allouer aux Administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme fixe annuelle, à titre de jetons de présence, dont le montant est porté dans les charges d'exploitation de la société.

Le Conseil d'Administration répartit ces rémunérations entre ses membres comme il l'entend.

2. Le Conseil d'Administration peut autoriser le remboursement des frais de voyage et de déplacement et des dépenses engagés par les Administrateurs dans l'intérêt de la société.

3. Le Conseil d'Administration peut allouer une rémunération à l'Administrateur auquel ont été conférés des pouvoirs, une mission ou un mandat spécial, dans les conditions prévues à l'article 17 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 18 des présents statuts.

4. Indépendamment des sommes prévues sous les trois paragraphes précédents, ainsi que des salaires des Administrateurs régulièrement liés à la société par un contrat de travail, et des allocations fixes ou proportionnelles rémunérant les fonctions du Président du Conseil d'Administration ou de l'Administrateur provisoirement délégué dans ces fonctions, du Directeur Général et le cas échéant des Directeurs Généraux délégués, aucune autre rémunération permanente ou non ne peut être allouée aux Administrateurs.

Article 21 - Collège de Censeurs

L'Assemblée Générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'Administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges de Censeurs et sous réserve de ratification par la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire, le Conseil d'Administration peut procéder à des nominations à titre provisoire.

Les Censeurs, qui sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence, forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

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

Le Conseil d'Administration peut rémunérer les Censeurs par prélèvement sur le montant des jetons de présence alloué par l'Assemblée Générale à ses membres.

Article 22 - Commissaires aux Comptes

Le contrôle de la société est exercé, dans les conditions fixées par la loi, par un ou plusieurs Commissaires aux Comptes remplissant les conditions légales d'éligibilité. Lorsque les conditions légales sont réunies, la société doit désigner au moins deux Commissaires aux Comptes.

Chaque Commissaire aux Comptes est nommé par l'Assemblée Générale Ordinaire.

L'Assemblée Générale Ordinaire nomme un ou plusieurs Commissaires aux Comptes suppléants, appelés à remplacer les titulaires en cas de refus, d'empêchement, de démission ou de décès.

Article 23 - Assemblées Générales

1. Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, six jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au

porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées Générales par son conjoint ou par un autre actionnaire.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'Administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées Générales pourront également, sur décision du Conseil d'Administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L.228-1 du Code de Commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée Générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas relevé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la société, deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées Générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'Administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, n'interrompt pas le délai de trois ans fixé ou conserve le droit acquis, tout transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent successible.

Le vote a lieu, et les suffrages sont exprimés, à main levée, ou par assis et levés, ou par appel nominal, selon ce qu'en décide le bureau de l'Assemblée.

Toutefois, le scrutin secret peut être décidé :

- soit par le Conseil d'Administration ;
- soit par des actionnaires représentant au moins le quart du capital social et à la condition que le Conseil d'Administration ou l'auteur de la convocation en ait reçu la demande écrite deux jours francs au moins avant la réunion.

3. L'Assemblée Générale Ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice.

L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur première convocation ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote.

L'Assemblée Générale Ordinaire réunie sur deuxième convocation délibère valablement quel que soit le nombre d'actionnaires présents ou représentés.

Les délibérations de l'Assemblée Générale Ordinaire sont prises à la majorité des voix des actionnaires présents ou représentés.

4. L'Assemblée Générale Extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

En ce qui concerne l'Assemblée Générale Extraordinaire, le quorum est du quart des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Générale Extraordinaire sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

5. Les copies ou extraits des procès-verbaux de l'Assemblée sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, par le Directeur Général ou par le Secrétaire de l'Assemblée.

Les Assemblées Générales Ordinaires et Extraordinaires exercent leurs pouvoirs respectifs dans les conditions prévues par la loi.

6. Dans les Assemblées Générales Extraordinaires à forme constitutive, c'est-à-dire celles appelées à délibérer sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, l'apporteur ou le bénéficiaire n'a voix délibérative ni pour lui-même ni comme mandataire.

7. S'il existe plusieurs catégories d'actions, aucune modification ne peut être faite aux droits des actions d'une de ces catégories sans vote conforme d'une Assemblée Générale Extraordinaire ouverte à tous les actionnaires et, en outre, sans vote également conforme d'une Assemblée Spéciale ouverte aux seuls propriétaires des actions de la catégorie intéressée.

En ce qui concerne l'Assemblée Spéciale, le quorum est du tiers des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Spéciale sont prises à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents ou représentés.

Article 24 - Information sur la détention du capital social

Toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, elle cesse lorsque la part de capital détenue est égale ou supérieure à 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

Article 25 - Identification des détenteurs de titres

La société est en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge dont le montant maximum est fixé par arrêté du Ministre chargé de l'Économie, au dépositaire central d'instruments financiers, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

La société au vu de la liste transmise par l'organisme susmentionné, a la faculté de demander, soit par l'entremise de cet organisme, soit directement, aux personnes figurant sur cette liste et dont la société estime qu'elles pourraient être inscrites pour compte de tiers les informations concernant les propriétaires des titres prévues ci-dessus.

Ces personnes sont tenues, lorsqu'elles ont la qualité d'intermédiaire, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres. L'information est fournie directement à l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, à charge pour ce dernier de la communiquer, selon le cas, à la société émettrice ou à l'organisme susmentionné.

Article 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

		Page
1.	**RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ**	**162**
	1.1 RÔLE DE LA SOCIÉTÉ DANS LE GROUPE	162
	1.2 DÉNOMINATION SOCIALE – SIÈGE SOCIAL	162
	1.3 FORME JURIDIQUE	162
	1.4 LÉGISLATION DE LA SOCIÉTÉ	162
	1.5 DATE DE CONSTITUTION – DURÉE	162
	1.6 OBJET SOCIAL (ARTICLE 2 DES STATUTS)	162
	1.7 REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS	162
	1.8 LIEU DE CONSULTATION DES DOCUMENTS RELATIFS À LA SOCIÉTÉ	162
	1.9 EXERCICE SOCIAL	162
	1.10 RÉPARTITION STATUTAIRE DES BÉNÉFICES (ARTICLE 28 DES STATUTS)	163
	1.11 ASSEMBLÉES GÉNÉRALES (ARTICLE 23 DES STATUTS)	163
	1.12 FRANCHISSEMENTS DE SEUIL (ARTICLE 24 DES STATUTS)	164
2.	**RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL**	**164**
	2.1 RÈGLES STATUTAIRES RELATIVES AUX MODIFICATIONS DU CAPITAL SOCIAL	164
	2.2 CAPITAL SOCIAL – CATÉGORIES D'ACTIONS	164
	2.3 CAPITAL AUTORISÉ	164
	2.4 AUTORISATION DE RACHETER DES ACTIONS DE LA SOCIÉTÉ	165
	2.5 IDENTIFICATION DES PORTEURS DE TITRES	166
	2.6 TITRES NON REPRÉSENTATIFS DU CAPITAL	166
	2.7 TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL	166
	2.8 ÉVOLUTION DU CAPITAL DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES	166
3.	**RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE**	**166**
	3.1 ACTIONNARIAT DE LA SOCIÉTÉ	166
	3.2 MODIFICATIONS INTERVENUES DANS LA RÉPARTITION DU CAPITAL AU COURS DES TROIS DERNIERS EXERCICES	167
	3.3 NANTISSEMENTS D'ACTIONS DÉTENUES AU NOMINATIF PUR PAR LES PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	167
	3.4 PERSONNES MORALES OU PHYSIQUES POUVANT EXERCER UN CONTRÔLE SUR LA SOCIÉTÉ	167
4	**MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH**	**168**

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 2006, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 98 millions d'euros au titre de l'assistance de gestion ; les produits et charges financières intragroupe résultant de la centralisation de trésorerie décrite ci-dessus se sont élevés pour la même période à respectivement 146 et 86 millions d'euros.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

1.2 Dénomination sociale – Siège social

Dénomination sociale : LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton.

Siège social : 22, avenue Montaigne, 75008 Paris.

1.3 Forme juridique

Société anonyme.

1.4 Législation de la société

Société régie par le droit français.

1.5 Date de constitution – Durée

LVMH a été constituée le 1er janvier 1923 pour une durée de 99 ans expirant le 31 décembre 2021, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires.

1.6 Objet social (Article 2 des statuts)

Toute prise d'intérêt par voie de participation directe ou indirecte, apport(s), fusion, scission ou alliance dans toute société ou groupement existant ou à constituer ayant pour activité toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, mobilières, immobilières ou financières et, notamment :

- le commerce des vins de champagne et autres, des cognacs et autres alcools et, plus généralement, des produits dépendant du secteur alimentaire ;
- le commerce de tous produits pharmaceutiques, de parfumerie et de cosmétique et, plus généralement, de produits se rattachant à l'hygiène, à l'esthétique et aux soins ;
- la fabrication, la vente et la promotion d'articles de voyage, bagages, sacs, maroquinerie, articles d'habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ;
- l'exploitation de domaines viticoles, horticoles et arboricoles ainsi que le développement de tout procédé biotechnologique s'y rapportant ;
- l'exploitation de tous domaines fonciers ;
- l'exploitation de toute marque, griffe, modèle, dessin et, plus généralement, de tout droit de propriété industrielle, littéraire ou artistique.

Plus généralement, entreprendre directement toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, viticoles, foncières, mobilières, immobilières, financières, de gestion ou de service dans l'un quelconque des domaines d'activité visés au paragraphe 1 ci-dessus.

1.7 Registre du Commerce et des Sociétés

La Société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro 775670417 Paris. Code APE : 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 1er janvier au 31 décembre.

1.10 Répartition statutaire des bénéfices (Article 28 des statuts)

Les produits nets de chaque exercice, déduction faite des frais généraux et autres charges de la société y compris tous amortissements et provisions, constituent les bénéfices nets ou pertes de l'exercice.

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou de les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée Générale Ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales ;
- la société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

1.11 Assemblées Générales (Article 23 des statuts)

• Mode de convocation

Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur. Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

• Conditions d'admission

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire qui a exprimé son vote à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

• Conditions d'exercice du droit de vote – droit de vote double

Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative au nom du même actionnaire. L'Assemblée Générale Extraordinaire du 6 juin 1986 a porté à trois ans (deux antérieurement) la durée minimum de cette inscription ;

- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, n'interrompt pas le délai de trois ans fixé ou conserve le droit acquis, tout transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent successible. Il peut être supprimé par décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

1.12 Franchissements de seuil (Article 24 des statuts)

Indépendamment des obligations légales, les statuts disposent que toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2002 a supprimé cette obligation lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

2.1 Règles statutaires relatives aux modifications du capital social

Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

Le capital peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

2.2 Capital social – Catégories d'actions

Les actions émises par la société relèvent d'une seule catégorie.

Au 31 décembre 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, 219 487 441 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.3 Capital autorisé

Au 31 décembre 2006, le capital autorisé de la société s'élevait à 602 846 173 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 n'a pas été utilisée. Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 de la renouveler pour une durée de vingt-six 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 n'a pas été utilisée. Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007 de la renouveler pour une durée de vingt-six mois.

L'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 a autorisé le Conseil d'Administration à :

- 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 10 mai 2007 de la renouveler pour une durée de dix-huit mois ;
- 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 10 mai 2007 de la renouveler pour une durée de vingt-six mois ;

Le montant nominal maximum des augmentations de capital visées ci-dessus ne pourra dépasser un montant global de 30 millions d'euros.

• Autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions

L'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 a conféré au Conseil d'Administration l'autorisation d'attribuer des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite d'un montant maximum égal à 3 % du capital social, soit 14 698 122 actions au 31 décembre 2006. À cette date, il restait 12 908 763 options attribuables.

• Autorisation d'attribuer des actions gratuites

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a conféré au Conseil d'Administration l'autorisation d'attribuer des actions gratuites dans la limite d'un montant maximum égal à 1 % du capital social, soit 4 899 374 actions au 31 décembre 2006. À cette date, il restait 4 637 251 actions attribuables.

Le montant total de ces attributions s'impute sur le montant maximum global de 30 millions d'euros visé ci-dessus.

• Autorisation de réduire le capital

L'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 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 10 mai 2007 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 11 mai 2006 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'un descriptif inclus dans le Document de référence déposé à l'AMF le 19 avril 2006.

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 1er janvier 2006, soit 48 993 741 actions ;
- le prix unitaire d'achat des actions ne doit pas excéder 130 euros, soit un investissement maximal théorique d'environ 6,4 milliards d'euros.

En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution gratuite d'actions ainsi qu'en cas, soit d'une division, soit d'un regroupement de titres, 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 2006, soit 17 618 089 actions représentant 3,6 % du capital, sont classées de la façon suivante dans les comptes sociaux de LVMH SA :

- 478 267 actions sont comptabilisées en valeurs mobilières de placement, dont 217 000 au titre du contrat de liquidité pour 17 millions d'euros et 261 267 au titre des plans d'attribution d'actions gratuites non encore attribuées aux bénéficiaires pour 15 millions d'euros ; s'y ajoutent 10 797 426 actions, pour 532 millions d'euros, affectées aux plans d'options d'achat, soit un montant total porté en valeurs mobilières de placement de 564 millions d'euros ;
- 6 342 396 actions sont comptabilisées en titres immobilisés représentant un montant global de 300 millions d'euros, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'options de souscription existants.

Enfin, la société détient au 31 décembre 1 838 500 « calls » américains, venant en couverture des plans d'options d'achat de mai 1997, janvier et mars 1998, et janvier 1999, représentant un montant global de primes de 94 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 10 mai 2007 de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois selon les modalités suivantes :

- le nombre de titres à acquérir ne pourra être supérieur à 10 % des actions composant le capital, soit au 1er janvier 2007 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, autre que les options de souscription décrites au paragraphe 3.4.2 du Rapport du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale, n'était en vigueur au 31 décembre 2006.

2.8 Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)	Variation du capital				Capital après opération	
	Nature des opérations	Nombre d'actions	Nominal	Primes	Montant	Nombre cumulé d'actions
Au 31 décembre 2003		**-**	**-**	**-**	**146 981**	**489 937 410**
Exercice 2004	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2005	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Exercice 2006	-	-	-	-	146 981	489 937 410
Au 31 décembre 2006	-	**-**	**-**	**-**	**146 981**	**489 937 410**

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1 Actionnariat de la société

Au 31 décembre 2006, le capital était constitué de 489 937 410 actions ; compte tenu des titres auto-détenus, 472 319 321 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 219 487 441 d'un droit de vote double :

- 237 113 313 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 8 077 157 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 244 746 940 actions étaient au porteur.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault (1)	232 933 190	441 048 905	47,54	63,75
Autres actionnaires	257 004 220	250 757 857	52,46	36,25
Total au 31 décembre 2006 (2)	**489 937 410**	**691 806 762**	**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.
(2) Au 31 décembre 2006, il existait 17 618 089 actions d'autocontrôle sans droit de vote.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée au 31 décembre 2006 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 250 000 actions de la société et limitée aux actionnaires détenant au moins 1 000 actions, la société compte environ 5 553 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 75 % et 25 % du capital (cf. rapport annuel 2006 « 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 2006 ;
- 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 2006, les dirigeants et membres du Conseil d'Administration détenaient directement et à titre personnel moins de 0,1 % du capital et des droits de vote de la société.

Au 31 décembre 2006, la société détenait 17 618 089 de ses propres actions. 478 267 actions étaient comptabilisées en valeurs mobilières de placement, 10 797 426 actions étaient affectées à la couverture de plans d'options d'achat d'actions, le solde soit 6 342 396 actions était comptabilisé en titres immobilisés, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'options de souscription existants. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2006, 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, 19 763 actions de la société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

Au cours de l'exercice 2006, la Société Générale et UBS Investment Bank ont informé la société de différents franchissements, à la hausse et à la baisse, de seuils statutaires compris entre 1 % et 3 % du capital. À l'issue de ces mouvements, la Société Générale et certaines de ses filiales détenaient 0,82 % du capital et 0,59 % des droits de vote ; UBS Investment Bank détenait 0,87 % du capital et 0,62 % 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 2006 et au 31 mars 2007.

3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

	Au 31 décembre 2006			Au 31 décembre 2005			Au 31 décembre 2004		
Actionnaires	**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]	232 933 190	47,54	63,75	232 819 190	47,52	63,87	232 819 190	47,52	63,94
dont :									
- Financière Jean Goujon	*207 821 325*	*42,42*	*60,08*	*207 821 325*	*42,42*	*60,21*	*207 821 325*	*42,42*	*60,27*
- Financière Agache et affiliés	*25 111 865*	*5,12*	*3,67*	*24 997 865*	*5,10*	*3,66*	*24 997 865*	*5,10*	*3,67*
Auto-détention	17 618 089	3,60		19 293 947	3,94		20 442 787	4,17	
Public au nominatif	4 799 791	0,98	1,15	6 285 930	1,28	1,40	5 027 363	1,03	1,29
Public au porteur	234 606 340	47,88	35,10	231 538 343	47,26	34,73	231 648 070	47,28	34,77
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 2006, ce nantissement portait sur 6 320 000 actions, soit 1,28 % du capital.

3.4 Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la société

Au 31 décembre 2006, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la société représentant 42,42 % du capital et 60,08 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour seule activité la détention de titres LVMH.

Au 31 décembre 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 2006, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 39,1 milliards d'euros, ce qui place LVMH au douzième rang du CAC 40.

396 692 073 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2006 pour un montant total de 31 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 555 655 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 1er avril 2005.

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)
2005	AOÛT	68,70	65,50	69,10	64,10	23 894 433	1,6
	SEPTEMBRE	65,80	68,60	69,25	65,00	22 477 108	1,5
	OCTOBRE	69,00	67,55	69,50	65,30	26 677 223	1,8
	NOVEMBRE	67,35	72,80	73,75	65,85	36 253 289	2,6
	DÉCEMBRE	73,10	75,05	76,85	72,90	33 922 993	2,5
2006	JANVIER	75,60	74,25	77,95	72,55	34 126 325	2,6
	FÉVRIER	74,25	76,25	78,15	73,70	26 740 919	2,0
	MARS	76,30	80,90	81,95	75,60	35 988 196	2,9
	AVRIL	80,50	83,45	85,75	78,20	29 263 050	2,4
	MAI	83,15	76,70	85,95	73,90	60 806 492	4,8
	JUIN	76,50	77,60	79,05	68,75	35 382 463	2,6
	JUILLET	77,65	78,65	79,20	70,25	24 587 326	1,8
	AOÛT	79,30	80,35	81,30	74,10	25 100 109	1,9
	SEPTEMBRE	80,30	81,25	81,65	76,95	26 849 683	2,1
	OCTOBRE	81,75	81,65	83,90	79,80	22 942 975	1,9
	NOVEMBRE	81,30	78,30	84,90	77,75	38 006 065	3,1
	DÉCEMBRE	78,50	79,95	80,70	75,75	36 898 470	2,9
2007	JANVIER	80,35	80,90	81,95	77,10	36 232 460	2,9
	FÉVRIER	82,00	83,73	89,20	80,30	40 375 073	3,4

(*) 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 11 mai 2006, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2006, les achats par LVMH SA, hors levées d'options et nets des cessions, ont représenté 567 100 de ses propres actions, soit 0,1 % de son capital.

4.3 Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA non échues au 31 décembre 2006, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse :

Obligations cotées à Paris et à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	750 000 000	2003	2010	5 %
EUR	500 000 000	2001	2008	6,125 %

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	600 000 000	2005	2012	3,375 %
EUR	600 000 000	2004	2011	4,625 %
CZK	770 000 000	2004	2009	variable
EUR	100 000 000	2004	2007	variable
EUR	100 000 000	2004	2007	variable

4.4 Dividende

Il est proposé de distribuer aux 489 937 410 actions composant le capital social un dividende de 1,40 euro par action au titre de l'exercice 2006, ce qui correspond à une hausse de 21,7 % par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2005.

La distribution totale de LVMH s'élèvera ainsi à 686 millions d'euros au titre de l'exercice 2006, compte non tenu des actions auto-détenues. La distribution au titre de l'exercice 2005 avait représenté un montant de 563 millions d'euros.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2002 à 2006

Année	Dividende net par action (en euro)	Dividendes mis en distribution (en millions d'euros)
2006 (*)	1,40	686
2005	1,15	563
2004	0,95	465
2003	0,85	416
2002	0,80	392

(*) Proposition soumise à l'Assemblée Générale du 10 mai 2007.

La société a une politique constante de distribution de dividende, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'État.

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)	2006	2005	2004
Résultat net part du Groupe après dilution	3,94	3,04	2,53
Dividende net	1,40	1,15	0,95
Progression/année précédente (en %)	21,7	21,1	11,8
Cours le plus haut	85,95	76,85	63,45
Cours le plus bas	68,75	52,95	49,90
Cours au 31 décembre	79,95	75,05	56,35
Progression/année précédente (en %)	6,5	33	(2)

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON SA

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

		Page
1.	**COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ MÈRE LVMH**	**172**
	1.1 COMMENTAIRES SUR LE BILAN	172
	1.2 OPÉRATIONS DE LA SOCIÉTÉ SUR SES PROPRES ACTIONS	173
	1.3 RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ MÈRE ET PERSPECTIVES D'AVENIR	173
2.	**AFFECTATION DU RÉSULTAT**	**174**
3.	**ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS**	**175**
	3.1 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	175
	3.2 ACTIONS DÉTENUES PAR LES ORGANES DE DIRECTIONS ET DE CONTRÔLE	175
	3.3 ACTIONNARIAT DES SALARIÉS	175
	3.4 PLANS D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS MIS EN PLACE PAR LA SOCIÉTÉ LVMH	175
	3.5 ATTRIBUTION D'ACTIONS GRATUITES AUX SALARIÉS DE LA SOCIÉTÉ	178
	3.6 MOUVEMENTS AU COURS DE L'EXERCICE	178
	3.7 PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR LES FILIALES	178
4.	**AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER**	**179**
	4.1 AUTORISATION D'INTERVENIR EN BOURSE	179
	4.2 AUTORISATION DE RÉDUIRE LE CAPITAL SOCIAL	179
	4.3 AUTORISATIONS D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL	179
	4.4 ACTIONNARIAT SALARIÉ	179
5.	**AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL**	**180**
6.	**QUESTIONS ADMINISTRATIVES**	**180**
	6.1 COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	180
	6.2 LISTE DES MANDATS ET FONCTIONS DES ADMINISTRATEURS	180
	6.3 MODIFICATION DES STATUTS EN VUE DE LES METTRE EN CONFORMITÉ AVEC LES NOUVELLES DISPOSITIONS LÉGALES	180
	6.4 RÉMUNÉRATIONS, AVANTAGES EN NATURE ET ENGAGEMENTS EN FAVEUR DES MANDATAIRES SOCIAUX	180
7.	**ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES AU SENS DE L'ARTICLE R 621-43-1 DU CODE MONÉTAIRE ET FINANCIER**	**181**
8.	**ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE**	**181**
9.	**PRISE EN COMPTE DES CONSÉQUENCES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE L'ACTIVITÉ**	**182**
10.	**ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE**	**182**

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ MÈRE LVMH

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société LVMH arrêtés au 31 décembre 2006 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 significatif d'acquisition, souscription ou de cession n'a eu lieu sur l'exercice.

1.1.2 Structure financière

Au-delà de son activité de portefeuille, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes ainsi que leurs besoins de financement, et gère le risque de taux sur la dette financière : les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre sont essentiellement le reflet de la variation de ces 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 2006, 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 1 milliard d'euros, dont 0,8 milliard d'euros au titre d'un emprunt obligataire émis en 1999. L'encours des billets de trésorerie a augmenté de 0,2 milliard d'euros au cours de l'exercice.

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 :

	Valeurs mobilières de placement				Titres immobilisés	
	Plans d'options d'achat		Autres			
(en milliers d'euros)	Nombre	EUR	Nombre	EUR	Nombre	EUR
Au 1er janvier	**14 927 777**	**672 247**	**654 704**	**38 632**	**3 711 466**	**204 402**
Achats	322 100	26 577	6 312 469	490 815	91 000	7 288
Cessions	-	-	(6 158 469)	(478 565)	-	-
Transferts	(2 209 493)	(70 184)	(330 437)	(18 572)	2 539 930	88 756
Levées d'options	(2 242 958)	(96 635)	-	-	-	-
Au 31 décembre	**10 797 426**	**532 005**	**478 267**	**32 310**	**6 342 396**	**300 446**

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 autorisé par l'Assemblée Générale des Actionnaires le 11 mai 2006.

Les « transferts » présentés dans le tableau ci-dessus s'expliquent de la façon suivante : jusqu'à l'exercice 2006, les actions livrables par LVMH dans le cadre de plans d'options d'achat étaient détenues par LVMH et affectées à ces plans dès leur mise en place. Au cours de l'exercice 2006, ce mode de couverture a été remplacé pour certains plans existants par l'achat d'options d'achat d'actions LVMH (« calls ») ; les actions auxquelles les calls se sont substituées ont été réaffectées à la couverture de plans autres que les plans d'options d'achat : plans d'options de souscription ou plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH.

Les cours moyens d'achat et de cession de titres, dans le cadre des opérations de régularisation de cours, ont été de 78 euros.

Au 31 décembre 2006, la totalité des actions LVMH auto détenues représente 3,6 % du capital social.

Les opérations ci-dessus ont généré un montant de frais de 255 milliers d'euros.

1.3 Résultats de la société mère et perspectives d'avenir

Les produits d'exploitation sont essentiellement constitués des dividendes reçus des filiales et participations, en hausse par rapport à ceux de l'exercice précédent.

Le résultat financier est imputable pour une large part aux opérations effectuées avec les filiales du Groupe, dans le cadre des centralisations de trésorerie ou de couvertures de change, comme décrit précédemment ainsi que dans les annexes aux comptes.

Le montant de l'impôt sur les bénéfices inclut la charge d'impôt calculée dans le cadre de l'application du régime d'intégration fiscale avec certaines filiales, soit 100 millions d'euros.

Le résultat exceptionnel est constitué, pour l'essentiel, des reprises nettes de provisions pour dépréciation des titres de participation. Ces reprises sont liées à l'amélioration de la situation financière des activités concernées ou, s'agissant de sociétés financières, de la valorisation de leur portefeuille mais ont été limitées, en ce qui concerne les participations américaines, par un effet devises de sens inverse.

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
Résultat comptable de l'exercice clos le 31 décembre 2006	**1 027 468 849,48**
Dotation à la réserve légale	-
Report à nouveau	2 394 083 349,24
Montant du résultat distribuable (1)	**3 421 552 198,72**
Proposition d'affectation :	
- dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 349 061,15
- dividende complémentaire de 1,385 euro par action	678 563 312,85
- report à nouveau	2 735 639 824,72
	3 421 552 198,72

(1) Pour mémoire au 31 décembre 2006, la société détient 17 618 milliers de ses propres actions, pour une contrevaleur de 865 millions d'euros.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 1,40 euro par action.

Un acompte sur dividende de 0,30 euro par action a été distribué le 1er décembre 2006 ; le solde, de 1,10 euro, sera mis en paiement le 15 mai 2007.

Conformément à l'article 158 du Code Général des Impôts, pour les personnes physiques ayant la qualité de résident fiscal français, 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	Nature	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.

3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS

3.1 Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2006, le groupe Arnault détenait directement ou indirectement 47,54 % du capital, contre 47,52 % au 31 décembre 2005 et 63,75 % des droits de vote, contre 63,87 % au 31 décembre 2005.

3.2 Actions détenues par les organes de directions et de contrôle

Au 31 décembre 2006, 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 2006, 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 19 763 actions de la société LVMH (soit moins de 0,1 % du capital social).

3.4 Plans d'options de souscription ou d'achat d'actions mis en place par la société LVMH

Les bénéficiaires des plans d'options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé.

Treize plans d'options d'achat et trois plans d'options de souscription étaient ouverts au 31 décembre 2006 ; le prix d'exercice des options est égal à 95 % du cours de référence calculé conformément aux dispositions légales. Chaque plan a une durée de dix ans ; les options d'achat peuvent être exercées après un délai de trois ans à compter de l'ouverture du plan et les options de souscription après un délai de quatre ans.

Le Conseil d'Administration, lors de sa délibération du 14 mai 2001, a également mis en place un plan d'options d'achat exceptionnel dénommé « OPAL » d'une durée de huit ans destiné à une grande majorité des salariés du Groupe. Ces options d'achat peuvent être exercées depuis le 14 mai 2005.

Pour l'ensemble des plans, la parité est de une action pour une option attribuée.

3.4.1 Plans d'options d'achat

- **Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 8 juin 1995**

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées [1]			Prix d'exercice *(euros)*	Nombre d'options levées en 2006 [2]	Nombre d'options [2] non exercées au 31.12.2006
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
30.05.1996 [3]	297	233 199	105 000	46 500	34,15	535 990	-
29.05.1997	319	233 040	97 500	46 000	37,50	93 400	531 835
29.01.1998	346	269 130	97 500	65 500	25,92	137 585	438 225
16.03.1998	4	15 800	-	15 800	31,25	15 400	55 000
20.01.1999	364	320 059	97 000	99 000	32,10	274 050	958 995
16.09.1999	9	44 000	5 000	39 000	54,65	-	210 000
19.01.2000	552	376 110	122 500	81 000	80,10	1 750	1 794 900

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan, non retraité des ajustements liés à l'attribution gratuite de juin 1999 et à la division du nominal par cinq de juillet 2000.
(2) Ajusté du fait des opérations visées au [1].
(3) Plan expiré le 29 mai 2006.

• 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 2006	Nombre d'options non exercées au 31.12.2006
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
23.01.2001	786	2 649 075	987 500	445 000	65,12	183 525	2 294 150
06.03.2001	1	40 000	-	40 000	63,53	5 000	35 000
14.05.2001	44 669	1 105 877 (1)	-	-	66,00	24 225	529 694
14.05.2001	4	552 500	450 000	102 500	61,77	-	552 500
12.09.2001	1	50 000	-	50 000	52,48	-	50 000
22.01.2002	993	3 284 100	1 215 000	505 000	43,30 (2)	730 308	2 298 367
15.05.2002	2	8 560	-	8 560	54,83	3 000	5 560
22.01.2003	979	3 213 725	1 220 000	495 000	37,00 (3)	238 725	2 881 700

(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 2006	Nombre d'options non exercées au 31.12.2006
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
21.01.2004	906	2 747 475	972 500	457 500	55,70 (1)	-	2 715 225
12.05.2005	495	1 924 400	862 500	342 375	52,82 (1)	-	1 921 950

(1) Les prix d'exercice pour les résidents italiens des plans ouverts les 21 janvier 2004 et 12 mai 2005 sont de EUR 58,90 et EUR 55,83 respectivement.

• Au titre de l'autorisation donnée par l'Assemblée du 11 mai 2006

Date d'ouverture du plan	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées			Prix d'exercice *(euros)*	Nombre d'options levées en 2006	Nombre d'options non exercées au 31.12.2006
		Total	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés			
11.05.2006	520	1 789 359	852 500	339 875	78,84 (1)	-	1 789 359

(1) Le prix d'exercice pour les résidents italiens du plan ouvert le 11 mai 2006 est de EUR 82,41.

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 SA	11.05.2006	450 000	78,84	10.05.2016
Delphine Arnault Gancia	"	11.05.2006	10 000	78,84	10.05.2016
Nicolas Bazire	"	11.05.2006	150 000	78,84	10.05.2016
Antonio Belloni	"	11.05.2006	150 000	78,84	10.05.2016
Pierre Godé	"	11.05.2006	30 000	78,84	10.05.2016
Gilles Hennessy	"	11.05.2006	20 000	78,84	10.05.2016
Patrick Houël	"	11.05.2006	42 500	78,84	10.05.2016

• Options levées durant l'exercice par les mandataires sociaux de la société

Bénéficiaires	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (euros)
Bernard Arnault	30.05.1996	440 000	34,15
Nicolas Bazire	22.01.2002	200 000	43,30
Patrick Houël	29.01.1998	1 000	25,92
"	20.01.1999	28 000	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 d'options	Prix d'exercice (euros)
LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	11.05.2006	339 875	78,84 (1)

(1) À l'exception de 30 000 options à un prix d'exercice de 82,41 euros.

• Options levées durant l'exercice par les dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux, ayant exercé le plus grand nombre d'options

Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice (euros)
LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	30.05.1996	800	34,15
"	29.05.1997	25 300	37,50
"	29.01.1998	54 700	25,92
"	16.03.1998	11 000	31,25
"	20.01.1999	121 000	32,10
"	23.01.2001	18 500	65,12
"	22.01.2002	39 000	43,30
"	22.01.2002	13 900	43,86
"	22.01.2003	42 000	37,00

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 lors de l'attribution	dont mandataires sociaux	dont dix premiers salariés	Solde au 31.12.2006
12.05.2005	333	97 817	-	23 325	97 142
11.05.2006	347	164 306	-	30 575	164 306

3.6 Mouvements au cours de l'exercice

Plans d'options d'achat

(en nombre d'options)	2006	2005	2004
Options non exercées au 1er janvier	**14 927 777**	**17 148 615**	**19 433 292**
Options attribuées	-	-	-
Options levées	(2 242 958)	(1 264 340)	(2 178 252)
Options caduques	(48 893)	(956 498)	(106 425)
Options non exercées au 31 décembre	**12 635 926**	**14 927 777**	**17 148 615**

Plans d'options de souscription

(en nombre d'options)	2006	2005	2004
Options non exercées au 1er janvier	**4 637 175**	**2 747 475**	**-**
Options attribuées	1 789 359	1 924 400	2 747 475
Options levées	-	-	-
Options caduques	-	(34 700)	-
Options non exercées au 31 décembre	**6 426 534**	**4 637 175**	**2 747 475**

Attribution d'actions gratuites

(en nombre d'options)	2006	2005	2004
Actions attribuées antérieurement	97 817	-	-
Actions attribuées au cours de l'exercice	164 306	97 817	-
Attributions caduques	(675)	-	-
Actions attribuées au 31 décembre	**261 448**	**97 817**	**-**

3.7 Plans d'options mis en place par les filiales

Néant.

4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

4.1 Autorisation d'intervenir en Bourse

L'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 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 130 euros par action le prix maximum unitaire d'achat.

Dans le cadre de la présente Assemblée, il vous est demandé de renouveler cette autorisation pour une durée de dix-huit mois, la finalité des acquisitions d'actions pouvant être notamment leur conservation, leur cession, leur remise ultérieure à titre d'échange ou de dation en paiement, leur annulation, l'animation du marché dans le cadre d'un contrat de liquidité conclu avec un prestataire de service d'investissement, 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 11 mai 2006 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 Autorisations d'augmenter le capital social

4.3.1 L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 a délégué au Conseil la compétence pour augmenter le capital social, y compris par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital social ou donnant droit à un titre de créance.

Il vous est proposé de renouveler cette autorisation pour une durée de vingt-six mois.

Comme il est d'usage pour permettre la réalisation d'opérations par appel public à l'épargne, il vous est demandé d'autoriser le Conseil d'Administration à procéder à des émissions, soit avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, soit avec suppression de ce droit mais en accordant éventuellement un droit de priorité aux actionnaires si les émissions ont lieu sur le marché français.

En cas d'émission sans droit préférentiel de souscription, le prix d'émission des actions devra être au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission.

En cas de souscription excédentaire à une augmentation de capital, le nombre de titres à émettre pourra être augmenté par le Conseil d'Administration dans les conditions prévues par la loi.

4.3.2 Il vous est également proposé de renouveler :

- pour une durée de vingt-six mois la délégation de compétence consentie au Conseil d'Administration par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 pour augmenter le capital social par émission d'actions destinées à rémunérer, soit des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange soit, dans la limite de 10 % du capital, des apports en nature constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- pour une durée de dix-huit mois, la délégation de compétence consentie au Conseil d'Administration par l'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006 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 bilancielle de la société. En cas d'utilisation de cette délégation, le prix d'émission des actions devra être au moins égal à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de Bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 %.

4.4 Actionnariat salarié

En application de l'article L.225-129-6 du Code de commerce, il vous est proposé de déléguer au Conseil d'Administration la compétence pour augmenter le capital social au profit des salariés du Groupe adhérents à un plan d'épargne d'entreprise et de supprimer à cet effet votre droit préférentiel de souscription au profit de cette catégorie de personnes.

Le prix d'émission des actions sera fixé conformément aux dispositions de l'article L.443-5 alinéa 3 du Code du travail.

D'une durée de vingt-six mois, cette délégation permettra au Conseil d'Administration, d'augmenter le capital social, en une ou plusieurs fois, dans la limite de 3 % du capital social.

5. AUTORISATIONS DONNÉES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL

Le détail des autorisations données au Conseil d'Administration d'augmenter le capital social et leur utilisation 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 Madame Delphine Arnault Gancia ainsi que de Messieurs Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicholas Clive-Worms, Patrick Houël, Felix G. Rohatyn et Hubert Védrine qui arrivent à échéance à l'issue de la présente Assemblée ;
- renouveler le mandat de Censeur de Monsieur Kilian Hennessy qui arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée.

6.2 Liste des mandats et fonctions des Administrateurs

La liste de l'ensemble des fonctions et mandats exercés actuellement et au cours des cinq derniers exercices par chacun des Administrateurs figure dans la partie « Organes de direction et de contrôle » du document de référence.

6.3 Modification des statuts en vue de les mettre en conformité avec les nouvelles dispositions légales

Nous vous proposons de modifier les statuts de la société pour les mettre en harmonie avec les nouvelles dispositions légales relatives à la participation des actionnaires aux Assemblées Générales.

6.4 Rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des mandataires sociaux [1]

Membres du Conseil d'Administration	Rémunération fixe		Rémunération variable		Jetons de présence	
(en euros)	**2006**	2005	**2006**	2005	**2006**	2005
Bernard Arnault [3]	1 739 221	1 749 437	2 200 000	2 100 000	119 056	117 949
Antoine Arnault	86 931	-	-	-	30 000	-
Delphine Arnault Gancia [3]	-	-	-	-	65 333	65 333
Jean Arnault	-	-	-	-	49 709	49 709
Nicolas Bazire [2] [3]	1 235 000	1 235 000	1 950 000	1 800 000	55 000	55 000
Antonio Belloni [2] [3]	2 951 436	2 915 682	1 925 795	1 929 940	79 623	72 000
Antoine Bernheim	-	-	-	-	309 528	249 528
Nicholas Clive-Worms	-	-	-	-	67 500	67 500
Diego Della Valle	-	-	-	-	45 000	45 000
Albert Frère	-	-	-	-	67 500	67 500
Jacques Friedmann	-	-	-	-	55 000	55 000
Pierre Godé [3]	159 261	160 643	-	3 000 000	133 312	131 036
Gilles Hennessy [2] [3]	453 100	394 000	281 710	218 400	67 500	67 500
Patrick Houël [2] [3]	609 892	581 631	356 559	339 580	78 453	74 641
Arnaud Lagardère	-	-	-	-	45 000	45 000
Lord Powell of Bayswater	300 719	299 708	-	-	45 000	45 000
Felix G. Rohatyn	238 892	240 964	-	-	45 000	45 000
Hubert Védrine	-	-	-	-	45 000	45 000

(1) Rémunérations brutes et avantages en nature versés ou supportés par la société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L 225-102-1 du Code de Commerce.
(2) Avantages en nature : voiture de fonction.
(3) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'Administration au cours de l'exercice figure au paragraphe 3.4.3.

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 2006 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la note 30.3 de l'annexe aux comptes consolidés.

7. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES 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 euros)*
Bernard Arnault	Levée d'options	440 000	34,15
Société(s) liée(s) à la famille de B. Arnault	Achat	14 000	69,547
Antoine Arnault	Achat	500	76,00
Delphine Arnault	Vente	2 000	82,85
Nicolas Bazire	Levée d'options	200 000	43,30
"	Vente	200 000	75,14
"	Vente de calls	200 000	86,10
"	Achat de puts	200 000	73,15
"	Vente de calls	30 000	96,70
"	Achat de puts à barrière désactivante	30 000	96,70
Pierre Godé	Ventes à terme	95 000	82,62
"	Résiliation des ventes à terme	95 000	10,43
Patrick Houël	Levée d'options	29 000	31,89
"	Vente	8 000	79,44

8. ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE

Conformément aux dispositions de l'article L.225-100-3 du Code de commerce, sont mentionnés ci-dessous les éléments prévus par ce texte, susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique :

Structure du capital de la société : la société est contrôlée par le Groupe Arnault qui, au 31 décembre 2006, détenait, directement ou indirectement, 47,54 % du capital et 63,75 % des droits de vote en Assemblée Générale.

Émission et rachat d'actions : dans le cadre de différentes résolutions, l'Assemblée Générale a délégué au Conseil d'Administration le pouvoir :

- d'une part, d'augmenter le capital social, avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription, dans la limite d'un montant nominal global de 30 millions d'euros, soit 20 % du capital actuel de la société ;
- d'autre part, d'attribuer des options de souscription d'actions dans la limite de 3 % du capital social.

La loi prévoit la suspension en période d'offre publique de toute délégation dont la mise en œuvre est susceptible de faire échouer l'offre.

9. PRISE EN COMPTE DES CONSÉQUENCES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE L'ACTIVITÉ

Les informations relatives aux conséquences sociales et environnementales de l'activité de la société et de ses filiales figurent dans le rapport du Conseil d'Administration sur la Gestion du Groupe.

10. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

En mars 2007, la société a annulé l'intégralité des Titres à Durée Indéterminée (TDI) émis en décembre 1990, après rachat aux porteurs. Il en résulte un produit financier exceptionnel sur l'exercice 2007 d'environ 450 millions d'euros, sans incidence sur le montant de l'impôt de 2007 en raison de la modification du régime fiscal de l'émission par la loi de finances pour 2006.

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON SA

PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS

		Page
1.	RAPPORT SPÉCIAL SUR LE PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS AUTORISE LE 11 MAI 2006	184
2.	DESCRIPTIF DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME DE RACHAT SOUMIS À L'AUTORISATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 MAI 2007 DANS LE CADRE DE LA TREIZIÈME RÉSOLUTION	184
3.	TABLEAU DE DÉCLARATION SYNTHÉTIQUE DES OPÉRATIONS RÉALISÉES PAR L'ÉMETTEUR SUR SES PROPRES TITRES DU 31 MARS 2006 AU 28 FÉVRIER 2007	185

PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS

1. RAPPORT SPÉCIAL SUR LE PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS AUTORISE LE 11 MAI 2006

En application des dispositions de l'article L. 225-209 du Code de Commerce, le présent rapport a pour objet d'informer l'Assemblée Générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées, entre le 12 mai 2006 et le 28 février 2007, par la Société dans le cadre du programme de rachat d'actions ayant été autorisé par l'Assemblée Générale Mixte de la Société tenue le 11 mai 2006.

Dans le cadre du contrat de liquidité conclu par la Société avec les sociétés Oddo & Cie Entreprise d'Investissement et Oddo Corporate Finance le 23 septembre 2005, la Société a acquis 5 038 756 actions LVMH au cours moyen de 78,18 euros et a cédé 5 006 956 actions LVMH au cours moyen de 78,53 euros.

En outre, la Société a exercé 600 100 options d'achat portant sur ses propres titres.

Le tableau ci-dessous récapitule, par finalité, les opérations effectuées, en date de valeur, pendant la période du 12 mai 2006 au 28 février 2007 :

(en nombre d'actions)	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société	Échange ou paiement lors d'acquisitions	Annulation	Total
Solde au 11 mai 2006	**66 000**	**18 196 739**	**-**	**-**	**-**	**18 262 739**
Achats	5 038 756	-	-	-	-	5 038 756
Prix moyen (en euros)	78,18					78,18
Cessions	(5 006 956)	-	-	-	-	(5 006 956)
Prix moyen (en euros)	78,53					78,53
Levées d'options	-	(1 795 347)	-	-	-	(1 795 347)
Prix moyen (en euros)		40,69				40,69
Exercice de calls	-	600 100	-	-	-	600 100
Prix moyen (en euros)		31,89				31,89
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Solde au 28 février 2007	**97 800**	**17 001 492**	**-**	**-**	**-**	**17 099 292**

Pendant cette période, la Société a procédé à l'achat de calls portant sur 613 000 actions, soit 0,1 % de son capital. Au 28 février 2007, compte tenu des 600 100 options exercées au cours de la période, des calls portant sur 1 960 500 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 28 février 2007.

2. DESCRIPTIF DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME DE RACHAT SOUMIS À L'AUTORISATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 MAI 2007 DANS LE CADRE DE LA TREIZIÈME RÉSOLUTION

Titres concernés : actions émises par LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA.

Part maximale du capital susceptible d'être acheté par la Société : 10 %.

Nombre maximal d'actions propres pouvant être acquises par la Société : 48 993 741, mais compte tenu de l'auto-détention de 17 099 292 titres et de la détention de 1 960 500 calls au 28 février 2007, seules 29 933 949 actions propres sont susceptibles d'être achetées.

Prix d'achat unitaire maximum : 130 euros.

Objectifs :

- l'achat et la vente des titres dans le cadre du contrat de liquidité mis en place par la Société ;
- l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions gratuites d'actions ou de toutes autres formes d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, en faveur de salariés ou mandataires sociaux de LVMH ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues à l'article L. 225-180 du Code de Commerce ;
- l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société notamment par conversion, présentation d'un bon, remboursement ou échange ;
- l'achat pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe ;
- l'annulation des titres achetés.

Durée du programme : 18 mois à compter de l'Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2007.

3. TABLEAU DE DÉCLARATION SYNTHÉTIQUE DES OPÉRATIONS RÉALISÉES PAR L'ÉMETTEUR SUR SES PROPRES TITRES DU 31 MARS 2006 AU 28 FÉVRIER 2007

Le tableau ci-après, établi conformément aux dispositions de l'instruction AMF n° 2005-06 du 22 février 2005 prise en application de l'article 241-2 du Règlement Général AMF, récapitule sous forme synthétique les opérations réalisées par la Société sur ses propres titres du 1er avril 2006 au 28 février 2007.

Nombre de titres détenus en portefeuille au 31 mars 2006 : 18 619 694

Au 28 février 2007 :

Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte :	3,49 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois :	néant
Nombre de titres détenus en portefeuille :	17 099 292
Valeur comptable du portefeuille :	814 452 000 euros
Valeur de marché du portefeuille :	1 431 723 719 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 28 février 2007			
	Achats	Ventes / Transferts	Positions ouvertes à l'achat		Positions ouvertes à la vente	
			Achat de calls	Achats à terme	Ventes de calls	Ventes à terme
Nombre de titres	6 088 043	7 608 445	1 960 500	-	-	-
dont :						
- contrat de liquidité	*5 487 943*	*5 537 643*				
- levée d'options	*-*	*2 070 802*				
- exercice de calls	*600 100*	-		-	-	-
Échéance maximale moyenne			24 mois	-	-	-
Cours moyen de la transaction *(en euros)*	78,50	78,92				
Prix d'exercice moyen *(en euros)*	31,89	40,71	34,49	-	-	-
Montants *(en euros)*	449 930 287	521 307 537				

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

	Page
BILAN	188
COMPTE DE RÉSULTAT	190
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	191
RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES	192
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	193
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2006	206
FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2006	206
RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ	207
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	208

BILAN

ACTIF

(en milliers d'euros)	Notes	2006 Brut	2006 Amortissements Provisions	2006 Net	2005 Net	2004 Net
ACTIF IMMOBILISÉ						
Immobilisations incorporelles						
Frais d'établissement		-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles		-	-	-	-	-
Immobilisations corporelles	**9**					
Vignobles et autres terrains		27 820	-	27 820	25 597	25 597
Constructions		-	-	-	-	-
Installations techniques, matériels		17	(17)	-	-	-
Autres immobilisations corporelles		8 751	(805)	7 946	7 897	7 603
Avances et acomptes		-	-	-	-	-
Immobilisations financières						
Participations	**10**	10 083 193	(1 619 752)	8 463 441	7 952 630	7 100 247
Créances rattachées à des participations	**11**	4 109 781	-	4 109 781	4 046 217	4 729 987
Autres titres immobilisés		56 139	(30 495)	25 644	36 295	46 506
Prêts		694	(100)	594	594	551
Actions LVMH	**13**	300 446	-	300 446	204 402	-
Autres immobilisations financières		364	-	364	357	332
		14 587 205	**(1 651 169)**	**12 936 036**	**12 273 989**	**11 910 823**
ACTIF CIRCULANT						
Avances et acomptes versés		-	-	-	-	-
Clients		-	-	-	-	-
Autres créances	**12**	632 085	(97 937)	534 148	842 205	838 945
Actions LVMH	**13**	564 315	(624)	563 691	710 879	929 331
Valeurs mobilières de placement	**14**	-	-	-	400 063	356 987
Disponibilités		70 344	-	70 344	107 107	79 282
COMPTES DE RÉGULARISATION						
Charges constatées d'avance	**15**	1 026	-	1 026	326	711
		1 267 770	**(98 561)**	**1 169 209**	**2 060 580**	**2 205 256**
Charges à répartir sur plusieurs exercices		-	-	-	-	-
Primes de remboursement des obligations		3 744	-	3 744	5 805	7 610
Écarts de conversion actif	**16**	305	-	305	97	282
TOTAL ACTIF		**15 859 024**	**(1 749 730)**	**14 109 294**	**14 340 471**	**14 123 971**

PASSIF

(en milliers d'euros)	Notes	2006 Avant affectation	2005 Avant affectation	2004 Avant affectation
CAPITAUX PROPRES				
Capital social (dont versé : EUR 146 981)	17	146 981	146 981	146 981
Primes d'émission, de fusion et d'apport	17	1 736 276	1 736 276	1 736 276
Écarts de réévaluation	18	41 504	41 579	41 579
Réserve légale		14 698	14 698	14 698
Réserves réglementées	19	331 293	331 293	531 293
Autres réserves		195 013	195 013	-
Report à nouveau		2 394 083	1 493 584	927 138
Acompte sur dividendes		(141 656)	(122 484)	(122 484)
Résultat de l'exercice		1 027 469	1 447 529	1 011 082
Provisions réglementées		147	147	147
		5 745 808	**5 284 616**	**4 286 710**
PROVISIONS	20			
Provisions pour risques		308 892	309 561	306 135
Provisions pour charges		30 265	19 820	6 376
		339 157	**329 381**	**312 511**
AUTRES PASSIFS	21			
Titres à Durée Indéterminée (T.D.I.)		546 069	551 681	563 490
Emprunts obligataires convertibles		-	-	-
Autres emprunts obligataires		3 016 318	3 993 320	4 055 195
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		597 610	541 375	341 105
Emprunts et dettes financières divers		3 526 317	3 271 059	4 222 262
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		21 567	22 637	21 506
Dettes fiscales et sociales		89 723	32 507	20 365
Autres dettes		217 402	313 130	299 838
COMPTES DE RÉGULARISATION				
Produits constatés d'avance		9 323	765	989
		8 024 329	**8 726 474**	**9 524 750**
Écarts de conversion passif		-	-	-
TOTAL PASSIF		**14 109 294**	**14 340 471**	**14 123 971**

COMPTE DE RÉSULTAT

(en milliers d'euros)	Notes	2006	2005	2004
Produits financiers de participations		945 945	664 218	830 499
Prestations de services, autres revenus		177 070	153 479	130 320
Produits financiers de participations et autres revenus	**3**	**1 123 015**	**817 697**	**960 819**
Reprises d'amortissements et provisions, transferts de charges	**20**	3 950	1 484	2 481
Autres produits d'exploitation		104	598	513
Total des produits d'exploitation		**1 127 069**	**819 779**	**963 813**
Autres achats et charges externes		184 106	160 574	145 094
Impôts, taxes et versements assimilés		3 224	3 863	2 471
Salaires et traitements		31 029	35 908	28 517
Charges sociales		8 784	11 585	8 411
Dotations aux amortissements		133	130	219
Dotations aux provisions	**20**	27 547	13 602	2 079
Autres charges		1 175	1 180	4 892
Total des charges d'exploitation		**255 998**	**226 842**	**191 683**
Reprises de provisions et transferts de charges	**20**	-	26 059	18 164
Intérêts et produits assimilés	**4**	178 302	146 103	140 121
Différences positives de change	**5**	795 814	1 279 185	1 830 769
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		8 058	4 570	4 768
Total des produits financiers		**982 174**	**1 455 917**	**1 993 822**
Dotations aux amortissements et provisions	**20**	106 363	17 923	33 774
Intérêts et charges assimilées	**6**	271 987	294 247	297 352
Différences négatives de change	**5**	797 451	1 264 342	1 818 326
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		5 478	9 485	18 839
Total des charges financières		**1 181 279**	**1 585 997**	**2 168 291**
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		**671 966**	**462 857**	**597 661**
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	**7**	-	-	30
Produits exceptionnels sur opérations en capital	**7**	2 800	104	30 152
Reprises de provisions et transferts de charges	**20**	507 389	852 744	186 164
Total des produits exceptionnels		**510 189**	**852 848**	**216 346**
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	**7**	-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	**7**	149	3	2 174
Dotations aux amortissements et provisions	**20**	54 772	1 614	77 802
Total des charges exceptionnelles		**54 921**	**1 617**	**79 976**
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL		**455 268**	**851 231**	**136 370**
(Produit) / Charge d'impôt sur les bénéfices	**8**	99 765	(133 441)	(277 051)
RÉSULTAT NET		**1 027 469**	**1 447 529**	**1 011 082**

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2006	2005	2004
EXPLOITATION			
Résultat net	1 027	1 448	1 011
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	(494)	(842)	(174)
Variation des autres provisions	104	4	79
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	(5)	3	11
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	**632**	**613**	**927**
Variation des autres créances et dettes (y compris comptes courants intra-Groupe) [1]	176	(55)	138
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	**808**	**558**	**1 065**
INVESTISSEMENT			
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(2)	-	(4)
Acquisition de titres de participation	-	-	-
Cession de titres de participation, et opérations assimilées	-	-	1
Souscription aux augmentations de capital de filiales	(6)	-	(150)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	**(8)**	**-**	**(153)**
FINANCEMENT			
Augmentation de capital	-	-	-
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	53	33	(131)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(566)	(449)	(413)
Émission ou souscription de dettes financières	359	817	885
Remboursement de dettes financières	(1 083)	(888)	(1 071)
(Acquisition) / Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	**(1 237)**	**(487)**	**(730)**
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	**(437)**	**71**	**182**
TRÉSORERIE A L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	**507**	**436**	**254**
TRÉSORERIE A LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	**70**	**507**	**436**

(1) Après reclassement, en 2004, des prêts/emprunts intra-Groupe, de la rubrique «Financement» à la rubrique «Variation des autres créances et dettes».

RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en milliers d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)	2002	2003	2004	2005	2006
1. Capital					
• Montant du capital	146 981	146 981	146 981	146 981	146 981
• Nombre d'actions ordinaires existantes	489 937 410	489 937 410	489 937 410	489 937 410	489 937 410
• Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	-	-	2 747 475	4 637 175	6 426 534
2. Opérations et résultats de l'exercice					
• Produits financiers de participations et autres revenus	1 019 805	1 349 537	960 819	817 697	1 123 015
• Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	677 670	961 023	641 094	467 070	804 709
• (Produit) / Charge d'impôt sur les bénéfices (1)	5 750	34 384	34 410	43 135	133 894
• Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) (2)	23 813	768 370	1 011 082	1 447 529	1 027 469
• Résultat distribué (3)	391 950	416 447	465 441	563 428	685 912
3. Résultats par action					
• Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	1,38	2,57	1,87	1,23	1,44
• Résultat après impôts, et charges calculées (amortissements et provisions) (2)	0,05	1,57	2,06	2,95	2,10
• Dividende net distribué à chaque action (4)	0,80	0,85	0,95	1,15	1,40
4. Personnel					
• Effectif moyen (en nombre)	36	36	33	27	24
• Montant de la masse salariale	32 183	34 527	28 517	35 908	31 029
• Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	12 462	10 228	8 588	10 657	9 014

(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.

Pour une meilleure lisibilité du compte de résultat, les variations de valeur des provisions pour dépréciation du portefeuille de titres de participation sont classées en résultat exceptionnel.

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 évaluées 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 et instruments dénouables en actions LVMH

1.6.1 Actions LVMH

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

Les actions LVMH acquises dans le cadre réglementaire des programmes de rachat 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 ces plans.

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH, calculée comme défini au 1.5 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une provision pour dépréciation est enregistrée, du montant de la différence.

Pour les actions affectées aux plans d'options, le calcul de la dépréciation s'apprécie plan par plan lorsque les plans correspondants sont présumés exerçables (valeur de marché de

l'action supérieure au prix d'exercice de l'option), et par rapport au prix de revient moyen d'ensemble des plans concernés lorsque ceux-ci sont présumés non exerçables (valeur de marché de l'action inférieure au prix d'exercice de l'option).

En outre, lorsque la valeur des actions LVMH affectées aux plans d'options, 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.

1.6.2 Instruments dénouables en actions LVMH

Dans le cadre des plans d'options d'achat, et comme alternative à la détention d'actions affectées à ces plans, LVMH peut acquérir des instruments dénouables en actions ; ces instruments consistent en options d'achat d'actions LVMH (« calls »), acquis lors de la mise en place du plan ou postérieurement à cette date. Les primes payées au titre de ces options sont comptabilisées à l'actif du bilan. Ces primes donnent lieu le cas échéant à enregistrement d'une provision pour risques et charges ou pour dépréciation, selon les mêmes règles que celles définies ci-dessus pour les actions LVMH affectées aux plans d'options, la valeur de l'action LVMH en portefeuille étant remplacée dans ce cadre par le montant de la prime payée majoré du prix d'exercice de l'option d'achat (« calls ») ; toutefois lorsque, à la date de la clôture, il est jugé que compte tenu du prix d'exercice du plan couvert, les porteurs d'options exerceront leurs droits, il peut être enregistré dès cette date une provision pour dépréciation du montant des primes comptabilisées.

1.7 Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participations, ainsi que les quotes-parts de résultats de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés, sont enregistrées lorsque celles-ci sont considérées acquises aux actionnaires ou associés, du fait de la décision de l'organe compétent.

1.8 Opérations en devises

Les opérations en devises sont enregistrées aux cours des devises à la date des transactions.

Les dettes et créances en devises sont réévaluées aux cours du 31 décembre, les gains et pertes non réalisés résultant de cette réévaluation étant portés en écart de conversion. Les pertes de change non réalisées au 31 décembre font l'objet de provisions, excepté pour les pertes compensées par des gains potentiels dans une même devise.

Les écarts de change constatés en fin d'exercice sur des disponibilités en devises sont enregistrés dans le compte de résultat.

1.9 Couvertures 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.

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, en particulier en matière juridique, financière, fiscale, ou dans le domaine des assurances.

Au-delà des activités de portefeuille liées à son statut de société holding, LVMH centralise la trésorerie en euros et devises ainsi que les besoins de financement de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes, et assure la gestion du risque de taux sur la dette financière.

LVMH centralise également les couvertures de change de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes ; les contrats de change souscrits par celles-ci avec LVMH sont répercutés de façon symétrique sur le marché, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance.

Les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre, ainsi que le montant des pertes et gains de change apparaissant dans le compte de résultat, sont essentiellement le reflet de ces opérations.

3. PRODUITS FINANCIERS DE PARTICIPATIONS ET AUTRES REVENUS

(en milliers d'euros)	**2006**	2005	2004
Produits financiers de filiales et participations :			
- dividendes perçus de sociétés françaises	671 896	411 598	550 608
- dividendes perçus de sociétés étrangères	-	-	-
- quote-part de résultats de sociétés françaises «transparentes»	274 049	252 620	279 891
	945 945	664 218	830 499
Revenus fonciers	6 039	5 628	4 535
Prestations de services	171 031	147 851	125 785
	1 123 015	**817 697**	**960 819**

Les revenus fonciers proviennent de la location à des sociétés du Groupe de vignobles champenois dont LVMH a la propriété.

Les prestations de services sont constituées de prestations d'assistance aux filiales (Voir 2. - Activité de la société) et de refacturations de frais engagés par LVMH pour compte de ces dernières.

4. INTÉRÊTS ET PRODUITS ASSIMILÉS

Les intérêts et produits assimilés se décomposent de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	**2006**	2005	2004
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	145 827	113 381	116 566
Revenus de placements et autres produits financiers	32 475	32 722	23 555
	178 302	**146 103**	**140 121**

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]	795 814	795 814
Résultat au titre d'opérations pour compte propre	1 637	-
	797 451	**795 814**

(1) Voir 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)	2006	2005	2004
Intérêts sur TDI	16 660	71 091	71 997
Intérêts sur emprunts obligataires	124 419	116 071	114 211
Intérêts sur emprunts bancaires	10 196	8 376	10 304
Intérêts sur billets de trésorerie	16 097	17 778	20 303
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	86 071	59 694	66 800
Autres intérêts et charges financières	18 544	21 238	13 737
	271 987	**294 247**	**297 352**

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Le résultat exceptionnel est constitué, pour l'essentiel, des reprises nettes des provisions pour dépréciation des titres de participation.

8. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

8.1 Convention d'intégration fiscale

LVMH est société mère d'un groupe fiscal constitué avec certaines de ses filiales françaises (Art. 223 A et suivants du CGI). La convention d'intégration ne modifie pas, le plus souvent, la charge d'impôt ou le droit au bénéfice des reports déficitaires des filiales concernées ; leur situation fiscale vis-à-vis de LVMH reste en effet identique à celle qui résulterait d'une imposition séparée, tant que ces filiales sont membres de l'intégration. L'économie ou la charge complémentaire d'impôt, du montant de la différence entre l'impôt comptabilisé par chacune des sociétés intégrées et l'impôt résultant de la détermination du résultat imposable d'ensemble, est enregistrée par LVMH.

Au 31 décembre 2006, le montant des déficits fiscaux restituables par LVMH aux filiales intégrées dont la convention le prévoit, s'élève à 559 millions d'euros.

8.2 Ventilation de la charge d'impôt

La charge d'impôt se ventile de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Résultat avant impôt	Impôt	Résultat net
Résultat courant	672	(133)	539
Résultat exceptionnel	455	(1)	454
Intégration fiscale	-	34	34
	1 127	**(100)**	**1 027**

8.3 Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2006 à un montant net débiteur de 3 millions d'euros, dont 1 million d'euros au titre de différences temporaires devant se renverser en 2007.

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en milliers d'euros)	2006
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2005	**33 494**
- investissements	2 405
- cessions et mises hors service	-
- variation nette des amortissements	(133)
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2006	**35 766**

Les investissements sont constitués essentiellement du solde d'échanges de terres à vignes dans le vignoble champenois dont LVMH est propriétaire.

10. PARTICIPATIONS

(en milliers d'euros)	2006	2005	2004
Valeur brute du portefeuille de participations	**10 083 193**	**10 077 211**	**10 077 211**
Provision pour dépréciation	(1 619 752)	(2 124 581)	(2 976 964)
Valeur nette du portefeuille de participations	**8 463 441**	**7 952 630**	**7 100 247**

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

L'évolution de la provision pour dépréciation du portefeuille est analysée en note 20.

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, ou d'une durée indéterminée.

12. AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en milliers d'euros)	2006			2005	2004
	Brut	Dépréciation	Net	Net	Net
Créances sur des entreprises liées	342 712	-	342 712	542 288	533 265
dont : comptes courants d'intégration fiscale	*24 916*	-	*24 916*	*268 884*	*275 280*
quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir	*274 049*	-	*274 049*	*176 295*	*164 499*
primes payées sur options de change	*19 642*	-	*19 642*	*71 602*	*65 036*
produits à recevoir d'entreprises liées	-	-	-	*987*	*773*
Créances sur l'État	96 895	-	96 895	134 740	59 948
Autres créances (dont primes payées sur options de change : 81 millions d'euros et primes payées sur options d'achat d'actions LVMH : 94 millions d'euros)	192 477	(97 937)	94 540	165 177	245 732
	632 085	**(97 937)**	**534 148**	**842 205**	**838 945**

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception d'une quote-part des primes payées sur options d'achat d'actions LVMH (Voir Note 13.2 – Instruments dérivés sur actions LVMH).

13. ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS

13.1 Actions LVMH

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2006, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	2006			2005
	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Titres immobilisés	**300 446**	**-**	**300 446**	**204 402**
Plans d'options d'achat	532 004	(624)	531 380	672 247
Plans d'attribution d'actions gratuites	15 347	-	15 347	5 842
Autres plans	-	-	-	28 078
Contrat de liquidité	16 964	-	16 964	4 712
Valeurs mobilières de placement	**564 315**	**(624)**	**563 691**	**710 879**

La rubrique « Autres plans » concerne des actions détenues en couverture de plans de rémunérations indexées sur le cours de l'action LVMH.

Au 31 décembre, la valeur boursière des actions détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 17 millions d'euros. Au cours de l'exercice, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

(en milliers d'euros)	Valeurs mobilières de placement				Titres immobilisés	
	Plans d'options d'achat		Autres			
	Nombre	EUR	Nombre	EUR	Nombre	EUR
Au 1er janvier	**14 927 777**	**672 247**	**654 704**	**38 632**	**3 711 466**	**204 402**
Achats	322 100	26 577	6 312 469	490 815	91 000	7 288
Cessions	-	-	(6 158 469)	(478 565)	-	-
Transferts	(2 209 493)	(70 185)	(330 437)	(18 571)	2 539 930	88 756
Levées d'options	(2 242 958)	(96 635)	-	-	-	-
Au 31 décembre	**10 797 426**	**532 004**	**478 267**	**32 311**	**6 342 396**	**300 446**

La plus-value dégagée par les cessions s'est élevée à 2,5 millions d'euros.

Les « transferts » présentés dans le tableau ci-dessus s'expliquent de la façon suivante : jusqu'à l'exercice 2006, les actions livrables par LVMH dans le cadre de plans d'options d'achat étaient détenues par LVMH et affectées à ces plans dès leur mise en place. Au cours de l'exercice 2006, ce mode de couverture a été remplacé pour certains plans existants par l'achat d'options d'achat d'actions LVMH (« calls ») ; les actions auxquelles les calls se sont substituées ont été réaffectées à la couverture de plans autres que les plans d'options d'achat : plans d'options de souscription ou plans d'attribution d'actions gratuites.

13.2 Instruments dérivés sur actions LVMH

Les mouvements sur calls au cours de l'exercice 2006 ont été les suivants :

	Nombre	Valeur en milliers d'euros
Au 31 décembre 2005	**-**	**-**
Achats	2 160 600	109 845
Exercices	(322 100)	(16 309)
Au 31 décembre 2006	**1 838 500**	**93 536**

Les calls sont exerçables à tout instant selon l'échéancier suivant :

Échéance des calls		Valeur en milliers d'euros
au plus tard en	2007	22 858
	2008	24 984
	2009	45 694
Total		**93 536**

14. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT ET ASSIMILÉS

Les valeurs mobilières de placement constituant le solde d'ouverture ont été cédées progressivement au cours de l'exercice.

15. CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE

Les charges constatées d'avance sont constituées essentiellement d'intérêts et charges assimilées.

16. ÉCARTS DE CONVERSION

Les écarts de conversion actifs proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2006, des créances clients et dettes fournisseurs en devises.

17. CAPITAL ET PRIMES

17.1 Capital

Le capital est constitué de 489 937 410 actions, entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro.

Toutes les actions composant le capital ont les mêmes droits, à l'exception des actions conservées sous forme nominative depuis plus de 3 ans dont les détenteurs bénéficient d'un droit de vote double. Les actions détenues par LVMH ne bénéficient ni du droit de vote, ni du droit au dividende.

Au 31 décembre 2006, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	219 487 441	44,80
Actions à droit de vote simple	252 831 880	51,60
	472 319 321	96,40
Actions détenues par LVMH	17 618 089	3,60
Nombre total d'actions	**489 937 410**	**100,00**

17.2 Variation des capitaux propres

La variation des capitaux propres au cours de l'exercice, qui résulte des résolutions de l'Assemblée Générale du 11 mai 2006, 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
Au 31-12-2005 avant affectation	**1 883 257**	**387 717**	**195 013**	**1 493 584**	**(122 484)**	**1 447 529**	**5 284 616**
Affectation du résultat 2005	-	-	-	1 447 529	-	(1 447 529)	0
Dividendes 2005	-	-	-	(563 428)	122 484	-	(440 944)
dont actions auto détenues	-	-	-	16 399	-	-	16 399
Au 31-12-2005 après affectation	**1 883 257**	**387 717**	**195 013**	**2 394 083**	**-**	**-**	**4 860 070**
Acompte sur dividendes 2006	-	-	-	-	(146 981)	-	(146 981)
dont actions auto détenues	-	-	-	-	5 325	-	5 325
Autres mouvements (cf. note 18)	-	(75)	-	-	-	-	(75)
Résultat de l'exercice 2006	-	-	-	-	-	1 027 469	1 027 469
Au 31-12-2006 avant affectation	**1 883 257**	**387 642**	**195 013**	**2 394 083**	**(141 656)**	**1 027 469**	**5 745 808**

18. 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)	**2006**	2005	2004
Vignobles et autres terrains	17 934	18 009	18 009
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23 570	23 570	23 570
Total	**41 504**	**41 579**	**41 579**

La variation de l'écart de réévaluation au cours de l'exercice 2006 provient d'échanges de terres à vignes.

19. RÉSERVES

19.1 Réserves réglementées

Les Réserves réglementées sont constituées de la Réserve spéciale des plus-values à long terme et des réserves indisponibles de 2,2 millions d'euros, résultant de la réduction de capital effectuée concomitamment à la conversion du capital en euros. La Réserve spéciale des plus-values à long terme n'est distribuable qu'après prélèvement fiscal.

19.2 Autres réserves

En raison de la réforme du régime des plus-values à long terme par la Loi de Finances rectificative pour 2004 (article 39) et sur décision de l'Assemblée Générale du 12 mai 2005, un montant de 200 millions d'euros a été transféré, en 2005, de la Réserve spéciale des plus-values à long terme à un compte de réserve ordinaire, après prélèvement d'une taxe libératoire de 2,5 % soit 5 millions d'euros. Le montant de ces réserves, de 195 millions d'euros, est distribuable en franchise d'impôt de distribution.

20. VARIATION DES PROVISIONS

La variation des provisions s'analyse de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	31 décembre 2005	Dotations	Utilisations	Reprises	**31 décembre 2006**
Provisions pour dépréciation d'actifs :					
- titres de participation	2 124 581	1 709	-	(506 538)	1 619 752
- actions LVMH	-	624	-	-	624
- autres actifs	24 347	104 185	-	-	128 532
Provision pour risques et charges [1] :					
- pour risques généraux	284 224	53 067	(67 587)	-	269 704
- pour charges au titre des plans d'options et assimilés	23 762	16 162	-	(2 951)	36 973
- pour autres charges	21 395	12 935	-	(1 850)	32 480
Total	**2 478 309**	**188 682**	**(67 587)**	**(511 339)**	**2 088 065**
dont : résultat d'exploitation		27 547	-	(3 950)	
résultat financier		106 363	-	-	
résultat exceptionnel		54 772	-	(507 389)	
		188 682	**-**	**(511 339)**	

(1) Après reclassement des soldes de 2005 selon la nomenclature 2006.

Les provisions pour risques généraux correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités de la société ou de ses filiales ; ces activités sont en effet exercées à un niveau international, dans le contexte d'un cadre réglementaire souvent imprécis, évoluant selon les pays et dans le temps, et s'appliquant à des domaines aussi variés que la composition des produits ou le calcul de l'impôt.

Les provisions pour charges au titre des plans d'options incluent le coût de mise en place des plans d'attribution d'actions gratuites et, dans le cadre des plans d'options d'achat, le montant de la différence entre le prix de revient du plan et le prix d'exercice des options par les bénéficiaires (Voir Note 1.6 – Principes comptables).
Les utilisations de provisions couvrent des charges d'un même montant survenues au cours de l'exercice.

21. 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 *(en milliers d'euros)*	**Total**	**Montant**			**Dont charges à payer**	**Dont entreprises liées**
		à 1 an au plus	**de 1 à 5 ans**	**à plus de 5 ans**		
Titres à Durée Indéterminée (TDI)	546 069	5 415	-	540 654	5 415	-
Autres emprunts obligataires	3 016 318	225 098	2 191 219	600 000	25 098	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	597 610	536 630	60 980	-	467	-
Autres emprunts et dettes financières	3 526 317	3 526 317	-	-	13 639	3 026 045
Dettes financières	**7 686 314**	**4 293 460**	**2 252 199**	**1 140 654**	**44 619**	**3 026 045**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	21 567	21 567	-	-	15 928	-
Dettes fiscales et sociales	89 723	89 723	-	-	23 808	-
Autres dettes (dont primes reçues sur options de change : 98,6 millions d'euros)	217 402	217 402	-	-	84 646	192 947
TOTAL	**8 015 006**	**4 622 152**	**2 252 199**	**1 140 654**	**169 001**	**3 218 992**

21.1 Titres à durée indéterminée (T.D.I.)

En décembre 1990 et février 1992, LVMH a procédé à l'émission, hors de France, de deux emprunts obligataires sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée aux montants nominaux respectifs de 762 et 229 millions d'euros.

Les conventions d'émission comportaient les caractéristiques suivantes :

- remboursement de droit dans les seuls cas de liquidation judiciaire et dissolution anticipée de LVMH, sauf fusion ou scission ;
- paiement du principal subordonné au désintéressement complet des autres créanciers ;
- possibilité de différer le paiement des intérêts si certains ratios financiers ne sont pas atteints.

En 1996, un avenant à la convention d'émission des TSDI 1990 a supprimé les deux dernières clauses ci-dessus, transformant ainsi les TSDI en créances chirographaires ordinaires, et conduisant à leur reclassement en dettes financières comme Titres à Durée Indéterminée (TDI).

Les TSDI émis en 1992 ont été reclassés simultanément par application de la clause « pari passu » de leur convention d'émission.

Ces émissions ont fait l'objet de conventions avec des sociétés tierces qui se sont engagées à conserver ou à racheter les titres aux souscripteurs après quinze ans, et ont renoncé en totalité ou quasi-totalité à la perception des intérêts à compter de cette date, moyennant le versement par LVMH concomitamment à l'émission de montants définitifs de respectivement 170 et 57 millions d'euros.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 592 et 172 millions d'euros ;
- les sommes versées en rémunération du nominal de l'émission sont enregistrées proportionnellement pour partie en frais financiers et pour partie en amortissement du principal.

Les TDI de 1990 ne donnent plus lieu à versement d'intérêts depuis le 20 décembre 2005, date du quinzième anniversaire de

l'émission de ces titres ; les TDI de 1992 ont été émis au taux facial de 9,70 % l'an.

Le régime fiscal initial des émissions a été modifié par la loi de finances pour 2006, qui a inséré dans le Code Général des Impôts une disposition prévoyant l'imposition, au terme d'une période de quinze années après l'émission, d'une partie du produit résultant du placement des versements aux sociétés tierces. Cette imposition est due au titre de l'exercice au cours duquel ces valeurs mobilières donnent lieu au paiement d'un montant d'intérêts effectif inférieur au produit du montant nominal de l'émission par le taux d'intérêt légal, soit l'exercice 2006 pour les TDI de 1990 et l'exercice 2007 pour les TDI de 1992. La charge correspondante s'élève à 63 millions d'euros en 2006.

21.2 Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont constitués d'émissions publiques et de placements privés, réalisés depuis mai 2000 dans le cadre d'un programme Euro Medium Term Notes de 10 milliards d'euros, dont l'en-cours au 31 décembre 2006 atteint 3 milliards d'euros.

(en milliers d'euros)	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Échéances	Nominal au 31 décembre 2006	Intérêts courus après swap	Total
Émissions publiques :						
EUR 600 000 000, 2005 (1)	3,375 %	-	2012	600 000	10 652	610 652
EUR 600 000 000, 2004 (2)	4,625 %	total	2011	600 000	5 904	605 904
EUR 750 000 000, 2003 (3)	5,00 %	total	2010	750 000	6 148	756 148
EUR 500 000 000, 2001 (4)	6,125 %	total	2008	500 000	235	500 235
Placements privés :						
CZK 300 000 000, 2006	3,575 %	total	2009	10 582	173	10 755
EUR 100 000 000, 2004	variable	-	2007	100 000	478	100 478
CZK 770 000 000, 2004	variable	-	2009	24 507	75	24 582
EUR 100 000 000, 2004	variable	-	2007	100 000	481	100 481
EUR 306 130 153, 2003	variable	-	2008	306 130	953	307 083
Total				**2 991 219**	**25 099**	**3 016 318**

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair in fine.

L'ensemble des émissions en devises a fait l'objet de swaps les transformant en emprunts en euros. Les swaps de taux mentionnés dans le tableau qui précède ont été conclus à l'émission des emprunts obligataires ; des opérations ultérieures de couverture de taux ont pu être réalisées.

Les émissions publiques sont détaillées ci-dessous :

(1) Emprunt 2005 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 3,375 %, émis à 99,828 % du nominal.

(2) Emprunt 2004 de 600 millions d'euros, portant intérêt au taux de 4,625 %, émis à 99,427 % du nominal.

(3) Emprunt 2003 de 750 millions d'euros, portant intérêt au taux de 5,00 %, émis à 99,986 % du nominal.

(4) Emprunt 2001 de 500 millions d'euros, portant intérêt au taux de 6,125 %, émis à 99,363 % du nominal.

Au cours de l'exercice 2006, des emprunts obligataires ont été remboursés pour un montant de 981 millions d'euros.

21.3 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.

21.4 Analyse de la dette par devise

Au 31 décembre 2006, la répartition par devise de la dette financière de 7 686 millions d'euros (voir Note 21), en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission s'analyse de la façon suivante :

	Contre-valeur en millions d'Euros	
Devises	**À l'émission**	**Après prise en compte des instruments de couverture**
Euro	4 573	3 627
Dollar US	5	170
Franc suisse	1	808
Livre sterling	36	54
Autres devises	46	2
Sous-total	4 660	4 660
Entreprises liées		3 026
Total dettes financières		**7 686**

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 21.2) a donné lieu à la conclusion de contrats de swaps les transformant en emprunts en euros.

22. 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 1.9, 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.

22.1 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 2006, et leur montant notionnel réparti par échéance s'analysent de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Montants notionnels figurant en hors-bilan			Valeur de marché
	À échéance 1 an au plus	**À échéance de 1 à 5 ans**	**À échéance plus de 5 ans**	
Swaps payeurs de taux fixe	400 000	950 000	-	16 450
Swaps payeurs de taux variable	1 048 230	3 510 366	-	42 124
Caps	1 400 000	-	-	5 625

22.2 Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2006, réévalués aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

(en milliers d'euros)	Montants notionnels		Valeur de marché
	Contrepartie : tiers	Contrepartie : filiales	
Opérations de couverture pour compte des filiales :			
- achats/ventes à terme	803 672	803 672	38 669
- options de change	1 736 552	1 736 552	109 364
Opérations pour compte propre :			
- achats à terme	38 930	-	3 851
Opérations pour compte propre réputées non adossées :			
- ventes à terme	671 610	-	4 270

23. AUTRES INFORMATIONS

23.1 Rémunération des dirigeants

La rémunération brute globale des mandataires sociaux et membres du Comité Exécutif de la société, au titre de l'exercice 2006, s'élève à 20,7 millions d'euros, dont 1 million d'euros de jetons de présence.

Compte tenu de la nature de l'activité de la société, telle que décrite en Note 2. - Activité de la société, une part importante de ces rémunérations est refacturée aux sociétés du Groupe dans le cadre de prestations d'assistance de gestion.

23.2 Engagements en matière de pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite.

Ces engagements donnent lieu soit à constitution de provisions, soit à couverture par contrats d'assurance capitalisation sous réserve toutefois d'un engagement net non comptabilisé de 25 millions d'euros.

L'essentiel de ces engagements concerne les membres du Comité Exécutif qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de leur dernière rémunération.

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements sont les suivantes :

Taux d'actualisation : 4,50 %

Taux de rendement long terme attendu des placements : 4,50 %

23.3 Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 3 547 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.

23.4 Autres engagements en faveur de tiers

(en millions d'euros)	31 décembre 2006
Au titre de contrats souscrits par des filiales :	
- garantie de remboursement d'emprunts bancaires ou en-cours financiers assimilés	1 390
- garantie de loyers (magasins ou autres)	369
- autres engagements	55
	1 814

Le montant ci-dessus, de 1 814 millions d'euros, n'inclut pas la garantie donnée par la société pour un engagement de location d'emplacement souscrit par l'une de ses filiales ; cet engagement, lié exclusivement à des éléments variables futurs, est en effet d'une valeur nulle à la date du 31 décembre 2006.

23.5 Autres engagements en faveur de LVMH

(en millions d'euros)	**31 décembre 2006**
Lignes de crédit à long terme confirmées non tirées	2 344
Lignes de crédit à court terme confirmées non tirées	1 553
	3 897

23.6 Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SA, 30 avenue Montaigne, 75008 Paris.

24. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLOTURE DES COMPTES

En mars 2007, la société a annulé l'intégralité des Titres à Durée Indéterminée (TDI) émis en décembre 1990, après rachat aux porteurs. Il en résulte un produit financier exceptionnel sur l'exercice 2007 d'environ 450 millions d'euros, sans incidence sur le montant de l'impôt de 2007 en raison de la modification du régime fiscal de l'émission par la loi de finances pour 2006.

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2006

Titres de participation et autres titres immobilisés *(en milliers d'euros)*	**% de participation directe**	**Valeur nette comptable**
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 018 997
23 742 880 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA	99,94	822 019
68 959 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,98	76 514
331 826 000 actions de valeur nominale EUR 15 de Sofidiv SAS	100,00	5 934 837
1 961 042 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259 163
31 482 974 actions de valeur nominale EUR 13,82 de Moët Hennessy International SA	58,67	74 443
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon)	100,00	7 564
7 000 parts de valeur nominale EUR 457,35 du GIE LVMH Services	20,00	8 855
37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de Creare SA (Luxembourg)	32,17	564
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6 692
3 500 000 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services LTD (Grande Bretagne)	100,00	4 122
2 333 060 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	249 649
Autres titres de participation		23
TOTAL		**8 463 441**

FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2006

Sociétés *(en milliers d'unités monétaires)*	**Siège social**	**Devise**	**Capital** [a]	**Capitaux propres autres que le capital** [a] [b]	**Quote-part du capital détenu en pourcentage**	**Valeur comptable des titres détenus** [c] **Brute**	**Nette**	**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 2006** [c]
1.Filiales (> 50 %)												
Moët Hennessy SNC	Boulogne	EUR	428 730	2 310 268	58,67	1 018 997	1 018 997	-	-	552 990	464 775	-
Moët Hennessy Inter. SAS	Boulogne	EUR	151 564	125 445	58,67	74 443	74 443	-	-	36 246	40 688	69 263
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35 634	1 002 252	99,94	822 019	822 019	-	-	858 173	843 079	534 212
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2 621	200 993	99,98	76 514	76 514	1 832	-	837 563	58 241	59 027
Sofidiv SAS	Boulogne	EUR	4 977 390	542 956	100,00	6 666 408	5 934 837	-	-	50 444	481 563	-
LVMH Finance SA	Boulogne	EUR	34 996	214 655	99,99	1 130 499	249 649	-	-	68	24 976	-
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29 416	85 340	99,99	259 163	259 163	-	-	236 534	18 549	9 393
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150 000	528 799	100,00	7 564	7 564	-	345 377	549 512	155 380	-
LVMH Services LTD	Londres	GBP	3 500	(733)	100,00	11 452	4 122	-	-	1 310	(733)	-
2.Participations (> 10 % et < 50 %)												
GIE LVMH Services	Boulogne	EUR	44 275	6 906	20,00	8 855	8 855	-	-	2 967	6 906	-
3.Participations (< 10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5 328	8 941	5,44	6 692	6 692	20 340	-	102 944	1 068	-
4.Autres participations						587	587	-	-			-
Total						**10 083 193**	**8 463 441**	**22 172**	**345 377**			**671 896**

(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 2006, 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 les méthodes comptables relatives aux immobilisations financières. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables précisées ci-dessus et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion, exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur :

- la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels ;
- la sincérité des informations données dans le rapport de gestion relatives aux rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux concernés ainsi qu'aux engagements consentis en leur faveur à l'occasion de la prise, du changement, de la cessation de fonctions ou postérieurement à celles-ci. Par ailleurs nous vous signalons que, comme indiqué dans le rapport de gestion, ces informations correspondent aux rémunérations et avantages en nature versés ou supportés par votre société et les sociétés qu'elle contrôle, ainsi qu'aux rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	Alain Pons	Jeanne Boillet	Gilles Galippe

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

En application de l'article L. 225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions et engagements qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'Administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions et engagements mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de ceux dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article R 225-31 du Code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions et engagements en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

1. AVEC LA SOCIÉTÉ GROUPE ARNAULT SAS

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Jean Arnault, Nicolas Bazire, Albert Frère et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : Avenant à la convention d'assistance avec la société Groupe Arnault SAS

Le 19 janvier 2006, 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 4 500 000 euros par an (hors taxes) à compter du 1er janvier 2006.

2. AVEC LA SOCIÉTÉ TAJAN SA

Administrateur concerné : M. Nicolas Bazire.

Nature, objet et modalités : Renouvellement de convention de caution entre les sociétés Tajan SA et Le Mans Caution.

Le 21 janvier 2004, le Conseil d'Administration avait donné son accord pour que votre société se porte caution solidaire de la société Tajan SA à l'égard de la société Le Mans Caution. Le 19 janvier 2006, dans le cadre du renouvellement de la caution entre Tajan SA et Le Mans Caution, le Conseil d'Administration a autorisé la reconduction de cette caution.

Le montant de la caution s'est élevé à 14 millions d'euros pour l'année 2006.

…/…

3. AUTRES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS

Par ailleurs, en application du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, approuvés au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

Nature, objet et modalités : Répartition des frais de Holdings du Groupe LVMH.

La convention relative à la répartition des frais de Holdings du Groupe LVMH, en fonction du chiffre d'affaires de chacune des deux activités « Vins et Spiritueux » d'une part, et « Autres activités » d'autre part, conclue le 20 janvier 1994 avec la société Guinness plc (désormais Diageo), s'est poursuivie en 2006.

Le montant supporté par les activités « Vins et Spiritueux » au cours de l'exercice s'est élevé à 45,5 millions d'euros, dont 24,7 millions d'euros au titre de la société Moët Hennessy.

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 2006.

Le montant des intérêts versés par votre société s'est élevé à 12 150 306 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 2006.

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 2006.

La charge en résultant pour votre société au cours de l'exercice 2006 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 2006.

La charge supportée à ce titre en 2006 par votre société s'est élevée à 432 578 euros.

Nature, objet et modalités : Cautionnement d'un emprunt bancaire.

Votre société et la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc. sont co-emprunteurs dans le cadre d'une convention de crédit de 650 millions d'US dollars. Votre société a consenti une garantie sur la part empruntée par la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton Inc. pour un montant plafonné à 110 % du nominal, à un groupe de banques représentées par Citibank International plc.

Aucune commission de garantie n'a été perçue à ce titre en 2006 par votre société.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	Alain Pons	Jeanne Boillet	Gilles Galippe

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 MAI 2007

		Page
1.	RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	212
2.	RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	214
	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D'ACTIONS ACHETÉES	220
	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D'ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET/OU SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION	221
	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	223

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 10 MAI 2007

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 2006, 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 2006, 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 2006 de la façon suivante :

	Euros
Résultat comptable de l'exercice clos le 31 décembre 2006	**1 027 468 849,48**
Dotation à la réserve légale	-
Report à nouveau	2 394 083 349,24
Montant du résultat distribuable [1]	**3 421 552 198,72**
Proposition d'affectation :	
- dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 349 061,15
- dividende complémentaire de 1,385 euro par action	678 563 312,85
- report à nouveau	2 735 639 824,72
	3 421 552 198,72

(1) Pour mémoire au 31 décembre 2006, la société détient 17 618 milliers de ses propres actions, pour une contrevaleur de 865 millions d'euros.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 1,40 euro par action.

Un acompte sur dividende de 0,30 euro par action a été distribué le 1er décembre 2006 ; le solde, de 1,10 euro, sera mis en paiement le 15 mai 2007.

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 titre des trois derniers exercices s'est élevé à :

Exercice	Nombre d'actions composant le capital	Date de mise en paiement	Dividende net (1) (en euros)	Montant de l'abattement (1) (en euros)
2005				
Acompte	489 937 410	2 décembre 2005	0,25	0,125
Solde	"	18 mai 2006	0,90	0,36
Total			**1,15**	**0,485**
2004				
Acompte	489 937 410	2 décembre 2004	0,25	NA
Solde	"	18 mai 2005	0,70	0,35
Total			**0,95**	**0,35**
2003				
Acompte	489 937 410	4 décembre 2003	0,22	NA
Solde	"	19 mai 2004	0,63	NA
Total			**0,85**	

(1) Pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France.

Cinquième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Bernard Arnault

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Bernard Arnault vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2010.

Sixième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de Mme Delphine Arnault Gancia

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de Mme Delphine Arnault Gancia 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 2010.

Septième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Jean Arnault

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Jean Arnault vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2010.

Huitième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Nicholas Clive-Worms

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Nicholas Clive-Worms vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2010.

Neuvième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Patrick Houël

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Patrick Houël 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 2010.

Dixième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Felix G. Rohatyn

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Felix G. Rohatyn vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2010.

Onzième résolution : Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Hubert Védrine

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat d'Administrateur de M. Hubert Védrine 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 2010.

Douzième résolution : Renouvellement du mandat de Censeur de M. Kilian Hennessy

L'Assemblée Générale, constatant que le mandat de Censeur de M. Kilian Hennessy vient à expiration ce jour, décide de renouveler son mandat pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2010.

Treizième 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 11 mai 2006, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Quatorzième résolution : Réduction du capital social

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes,

1. autorise le Conseil d'Administration à réduire le capital social de la société, en une ou plusieurs fois, par annulation d'actions acquises conformément aux dispositions de l'article L.225-209 du Code de commerce ;
2. fixe à 10 % du capital actuel de la société le montant maximum de la réduction de capital qui peut être réalisée par période de vingt-quatre mois ;
3. confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration pour réaliser et constater les opérations de réduction de capital, accomplir tous actes et formalités à cet effet, modifier les statuts en conséquence et, d'une manière générale, faire le nécessaire ;
4. fixe à dix-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;
5. décide que cette autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006.

Quinzième résolution : Augmentation du capital social avec maintien du droit préférentiel de souscription – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L.225-129, L.225-129-2 et L.228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera :

   a) soit à l'émission, sur le marché français et/ou international, en faisant publiquement appel à l'épargne, en euros, ou en tout autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires et/ou de toutes valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces, soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives des créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables ;

b) soit à l'incorporation au capital de tout ou partie des bénéfices, réserves ou primes dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible et sous forme d'attribution d'actions ordinaires gratuites ou d'élévation du nominal des actions existantes, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation de compétence ;

3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :

i) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières ci-dessus visée au 1-a) est fixé à trente (30) millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 16e, 17e, 18e ou 20e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et de la 18e résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 ;

Au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement en supplément en cas d'opérations financières nouvelles pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital.

ii) le montant nominal maximal des augmentations de capital visées au 1-b) susceptibles d'être réalisées, est fixé à trente (30) millions d'euros, étant précisé, que le montant de ces augmentations de capital s'ajoutera au montant du plafond mentionné au (i) ci-dessus.

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Conseil d'Administration pourra utiliser, dans les conditions prévues par la loi et dans l'ordre qu'il déterminera, l'une ou l'autre des facultés prévues à l'article L.225-134 du Code de commerce et notamment offrir au public, totalement ou partiellement, les actions et/ou les valeurs mobilières non souscrites ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;

6. prend acte que la présente délégation de compétence emporte tous pouvoirs au profit du Conseil d'Administration, avec faculté de délégation au Directeur Général, ou en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, pour mettre en œuvre, dans les conditions fixées par la loi, la présente délégation, et notamment pour :

- en cas d'incorporation au capital de bénéfices, de réserves ou primes :
  - fixer le montant et la nature des réserves à incorporer au capital, fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et/ou le montant dont le nominal des actions existantes composant le capital social sera augmenté, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ou celle à laquelle l'élévation du nominal portera effet,
  - décider que les droits formant rompus ne seront pas négociables, que les actions correspondantes seront vendues et que le produit de la vente sera alloué aux titulaires des droits,
- en cas d'émission d'actions et/ou d'autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance :
  - décider le montant à émettre, le prix d'émission ainsi que le montant de la prime qui pourra, le cas échéant, être demandée à l'émission,
  - déterminer les dates et modalités de l'émission, la nature, la forme et les caractéristiques des titres à créer qui pourront notamment revêtir la forme de titres subordonnés ou non, à durée déterminée ou non, assortis d'un intérêt à taux fixe et/ou variable, ou encore avec capitalisation et faire l'objet d'un remboursement avec ou sans prime ou d'un amortissement,
  - déterminer le mode de libération des actions et/ou des titres émis ou à émettre,
  - fixer, s'il y a lieu, les modalités d'exercice des droits attachés aux titres émis ou à émettre et, notamment, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance, ainsi que toutes autres conditions et modalités de réalisation de l'émission,
  - fixer les modalités selon lesquelles la société aura, le cas échéant, la faculté d'acheter ou d'échanger en Bourse, à tout moment ou pendant des périodes déterminées, les titres émis ou à émettre en vue de les annuler ou non, compte tenu des dispositions légales,
  - prévoir la faculté de suspendre éventuellement l'exercice des droits attachés à ces titres pendant un délai maximum de trois mois,
  - à sa seule initiative, imputer les frais des augmentations de capital social sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,
  - procéder à tous ajustements requis en conformité avec les dispositions légales et réglementaires, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital,
  - constater la réalisation de chaque augmentation de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts,

- passer toute convention, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés ;

7. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Seizième résolution : Augmentation du capital social avec suppression du droit préférentiel de souscription – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L.225-129-2, L.225-135 et suivants et L.228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, en faisant publiquement appel à l'épargne, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et/ou d'autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces, soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;
2. fixe à vingt-six mois, à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;
3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence :

   a) le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées directement ou non, à partir de l'émission d'actions ou de valeurs mobilières visée au 1/ ci-dessus est fixé à 30 millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 15e, 17e, 18e ou 20e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et de la 18e résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005,

   b) au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

4. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et autres valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution, en laissant toutefois au Conseil d'Administration la faculté de conférer aux actionnaires, pendant un délai et selon les modalités qu'il fixera conformément aux dispositions de l'article L. 225-135 du Code de commerce et pour tout ou partie d'une émission effectuée, une priorité de souscription ne donnant pas lieu à la création de droits négociables et qui devra s'exercer proportionnellement au nombre des actions possédées par chaque actionnaire et pourra être éventuellement complétée par une souscription à titre réductible, étant précisé qu'à la suite de la période de priorité, les titres non souscrits feront l'objet d'un placement public ;
5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital, emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;
6. décide que le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission ;
7. prend acte que la présente délégation de compétence emporte au profit du Conseil d'Administration avec faculté de délégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la 15e résolution ;
8. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Dix-septième résolution : Augmentation de capital dans le cadre d'opérations complexes – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration :

1. délègue au Conseil d'Administration, la compétence pour procéder en une ou plusieurs fois, aux époques qu'il appréciera, à l'émission d'actions ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons autonomes, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance ;

   (i) soit, conformément aux dispositions de l'article L.225-148 du Code de commerce, à l'effet de rémunérer des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange,

   (ii) soit, conformément aux dispositions du 6e alinéa de l'article L.225-147 du Code de commerce, à l'effet, dans la limite de 10 % du capital, de rémunérer des apports en nature consentis à la société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L.225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;
3. décide que le montant nominal des augmentations de capital réalisées en vertu de la présente résolution s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 15e, 16e, 18e ou 20e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et de la 18e résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 ;
4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation, le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs à l'effet notamment :

- en cas d'opérations visées au (i) du 1 ci-dessus :
  - arrêter la liste des titres apportés à l'échange, fixer les conditions de l'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soulte en espèces à verser et déterminer les modalités de l'émission dans le cadre, soit d'une OPE, d'une offre alternative d'achat ou d'échange, soit d'une offre publique proposant l'achat ou l'échange des titres visés contre un règlement en titres et en numéraire, soit d'une offre publique d'achat (OPA) ou d'échange (OPE) à titre principal, assortie d'une OPE ou d'une OPA à titre subsidiaire ;
- en cas d'opérations visées au (ii) du 1 ci-dessus :
  - approuver sur le rapport du ou des Commissaires aux Apports, l'évaluation de l'apport ;
- dans tous les cas :
  - arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance,
  - imputer le cas échéant les frais des augmentations de capital sur le montant des primes d'apport et prélever sur ce montant la somme nécessaire pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,
  - procéder aux modifications corrélatives des statuts ;

5. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Dix-huitième résolution : Augmentation de capital réservée à plusieurs catégories de personnes – délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L.225-129-2, L.225-138 et L.228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et/ou d'autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces, soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;
2. 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 trente (30) millions d'euros, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant nominal de toute augmentation de capital résultant, ou susceptible de résulter à terme, d'émissions décidées en vertu des 15e, 16e, 17e ou 20e résolutions soumises à l'approbation des actionnaires lors de

la présente Assemblée et de la 18e résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005,

b) au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital, emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;
6. décide que le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 % ;
7. prend acte que la présente délégation de compétence emporte au profit du Conseil d'Administration, avec faculté de délégation au Directeur Général, ou en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la 15e résolution, avec, en outre, ceux d'arrêter la liste des bénéficiaires et le nombre de titres à attribuer à chacun d'eux ;
8. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2006.

Dix-neuvième résolution : Augmentation du montant des émissions dans le cadre d'options de surallocation - délégation de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, décide que, dans le cadre des émissions qui seraient décidées en application des délégations conférées au Conseil d'Administration en vertu des 15e, 16e et 18e résolutions ci-dessus, le nombre de titres à émettre prévu dans l'émission pourra, en cas de demandes excédentaires, être augmenté dans les conditions et limites prévues par l'article L. 225-135-1 du Code de commerce et son décret d'application dans la limites des plafonds prévus auxdites résolutions.

Vingtième 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 15e, 16e, 17e ou 18e soumises à l'approbation des actionnaires lors de la présente Assemblée et de la 18e résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005 ;
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 11 mai 2006.

Vingt-et-unième résolution : Mise en conformité des statuts avec les dispositions légales

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration, décide de mettre en conformité les statuts avec les dispositions légales et modifie en conséquence le point 1 de l'article 23 des statuts :

Article 23 – Assemblées Générales

« 1. Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, six jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées Générales par son conjoint ou par un autre actionnaire.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'Administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du Code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées Générales pourront également, sur décision du Conseil d'Administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L.228-1 du Code de Commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée Générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas révélé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la société, deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées Générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'Administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi. »

Le reste de l'article est inchangé.

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 du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L. 225-209 du Code de commerce. Cette autorisation d'achat est proposée, par ailleurs, à l'approbation de votre Assemblée Générale et serait donnée pour une période de dix-huit mois.

Votre Conseil d'Administration vous demande de lui déléguer, pour une période de dix-huit mois, au titre de la mise en œuvre de l'autorisation d'achat par votre société de ses propres actions, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, au cours d'une période de vingt-quatre mois à compter du jour de l'Assemblée, les actions ainsi achetées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, étant rappelé que celle-ci ne peut être réalisée que dans la mesure où votre Assemblée approuve au préalable l'opération d'achat, par votre société, de ses propres actions.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	Alain Pons	Jeanne Boillet	Gilles Galippe

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D'ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET/OU SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société et en exécution de la mission prévue par le Code de commerce et notamment les articles L. 225-135, L. 225-136, L. 225-138 et L. 228-92, nous vous présentons notre rapport sur les propositions de délégation au Conseil d'Administration de différentes émissions d'actions et de valeurs mobilières, opérations sur lesquelles vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport :

- de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour décider des opérations suivantes et fixer les conditions définitives de ces émissions et vous propose le cas échéant de supprimer votre droit préférentiel de souscription :
  - émission d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec maintien du droit préférentiel de souscription (quinzième résolution),
  - émission d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec suppression du droit préférentiel de souscription (seizième résolution) ;
  - émission d'actions ordinaires ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, à l'effet de rémunérer (dix-septième résolution) :
    - des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange ou,
    - dans la limite de 10 % du capital social, des apports en nature consentis à la société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- de lui déléguer, pour une durée de dix-huit mois, la compétence pour décider de l'émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à l'attribution d'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 bilantielle de la société (dix-huitième résolution).

Le montant nominal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme ne pourra excéder 30 millions d'euros, étant précisé que ce plafond global s'applique aux augmentations de capital résultant d'émissions décidées en vertu des quinzième, seizième, dix-septième, dix-huitième ou vingtième résolutions soumises à votre approbation lors de la présente Assemblée et de la dix-huitième résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Le nombre de titres à créer dans le cadre de la mise en œuvre des délégations visées aux quinzième, seizième, dix-huitième résolutions pourra être augmenté dans les conditions prévues à l'article L. 225-135-1 du Code de commerce.

Il appartient à votre Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles R 225-113 et 225-114 du Code de commerce. Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant ces opérations, données dans ce rapport.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France, qui requiert la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier le contenu du rapport du Conseil d'Administration relatif à ces opérations et les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions des émissions qui seraient décidées, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre données dans le rapport du Conseil d'Administration au titre des seizième et dix-huitième résolutions.

…/…

Par ailleurs, ce rapport ne précisant pas les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre dans le cadre de la mise en œuvre des quinzième et dix-septième résolutions, nous ne pouvons donner notre avis sur le choix des éléments de calcul du prix d'émission.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles les émissions seront réalisées et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dans les seizième et dix-huitième résolutions.

Conformément à l'article R 225-116 du Code de commerce, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de ces autorisations par votre Conseil d'Administration en cas d'émissions avec suppression du droit préférentiel de souscription et d'émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital et/ou donnant droit à l'attribution de titres de créance.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	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. 225-135 et suivants du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur la proposition de délégation au Conseil d'Administration de la compétence de décider une augmentation de capital 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 qui pourront être émises en vertu de cette résolution ne pourra être supérieur à 3 % du capital au moment de l'émission, étant précisé que le montant de l'augmentation de capital correspondante s'imputera sur le plafond de 30 millions d'euros commun aux quinzième, seizième, dix-septième, dix-huitième et vingtième résolutions soumises à votre approbation lors de la présente Assemblée et de la dix-huitième résolution approuvée par l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2005.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour décider de cette opération et de renoncer à votre droit préférentiel de souscription. Le cas échéant, il lui appartiendra de fixer les conditions définitives d'émission de cette opération.

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles R 225-113 et 225-114 du Code de commerce. Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant l'émission, données dans ce rapport.

Nous avons 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 du Conseil d'Administration relatif à cette opération et les modalités de détermination du prix d'émission.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital qui serait décidée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission données dans le rapport du Conseil d'Administration.

Le montant du prix d'émission n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'augmentation de capital sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite.

Conformément à l'article R 225-116 du Code de commerce, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de cette autorisation par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 6 avril 2007

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS		ERNST & YOUNG Audit	
Thierry Benoît	Alain Pons	Jeanne Boillet	Gilles Galippe

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

		Page
1.	DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	226
2.	INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	227
3.	DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	227

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 données dans le présent document de référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Paris, le 10 avril 2007

Par délégation du Président-Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif

2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2005 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 73 à 120 et 121 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- 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 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2005 et 2004, présentée aux pages 21 à 59 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- 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 ;
- les comptes annuels de la société pour l'exercice 2005 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 182 à 200 et 201 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- les comptes annuels 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 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2005, figurant en pages 202 à 204 du document de référence 2005 déposé à l'AMF le 19 avril 2006 sous le numéro D06-0297 ;
- 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.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton S.A. sont inclus dans ce document de référence. Les autres documents juridiques relatifs à la société peuvent être consultés à son siège social dans les conditions prévues par la loi.

Les communiqués de la société relatifs aux ventes et aux résultats, 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
1 - Personnes responsables	226
2 - Contrôleurs légaux des comptes	143
3 - Informations financières sélectionnées	
3.1 Informations historiques	2-3 ; 192
3.2 Informations intermédiaires	n.a.
4 - Facteurs de risque	34-37 ; 38-39
5 - Informations concernant l'émetteur	
5.1 Histoire et évolution de la société	1 ; 8-20 ; 162
5.2 Investissements	39-41 ; 111-112 ; 120
6 - Aperçu des activités	8-20 ; 22-34 ; 111-112
7- Organigramme	
7.1 Description sommaire	4-5
7.2 Liste des filiales importantes	123-126
8 - Propriétés immobilières, usines et équipements	59-60
9 - Examen de la situation financière et du résultat	22-34 ; 37-40
10 - Trésorerie et capitaux	
10.1 Capitaux de l'émetteur	164 ; 169
10.2 Source et montant des flux de trésorerie	39-40
10.3 Conditions d'emprunt et structure financière	37-40 ; 103-106 ; 169 ; 202
10.4 Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influer sur les opérations de l'émetteur	n.a.
10.5 Sources de financement attendues	106
11 - Recherche et Développement, brevets et licences	16-17 ; 41
12 - Information sur les tendances	61
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	131-142
14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	146
15 - Rémunérations et avantages	180
16 - Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
16.1 Date d'expiration des mandats actuels	132-142
16.2 Contrats de service liant les membres des organes d'administration	180

(1) Rubriques de l'annexe 1 du réglement européen 809/2004.
n.a. : non applicable.

Informations	Page
16.3 Informations sur le Comité d'Audit et le Comité des Rémunérations	146-147 ; 149-150
16.4 Gouvernement d'entreprise	146
17 - Salariés	
17.1 Nombre de salariés	41-50
17.2 Participations et stock options	175-178
17.3 Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	175
18 - Principaux actionnaires	
18.1 Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	166-167
18.2 Existence de droits de vote différents	166
18.3 Contrôle de l'émetteur	167-168
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	122
20 - Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur	
20.1 Informations financières historiques	74-126 ; 227
20.2 Informations financières pro forma	n.a.

	Page
20.3 Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA	188-206 ; 227
20.4 Vérification des informations historiques annuelles	127 ; 207 ; 226-227
20.5 Date des dernières informations financières	31 décembre 2006
20.6 Informations financières intermédiaires et autres	n.a.
20.7 Politique de distribution des dividendes	169
20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	61
20.9 Changement significatif de la situation commerciale ou financière	n.a.
21 - Informations complémentaires	
21.1 Capital social	164-167
21.2 Acte constitutif et statuts	151-160
22 - Contrats importants	n.a.
23 - Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	n.a.
24 - Documents accessibles au public	227
25 - Informations sur les participations	94

AUTORITÉ
DES MARCHÉS FINANCIERS

AMF

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 11 Avril 2007 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

Labrador 01 53 94 30 00