

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

EXERCICE 2011
DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

HISTORIQUE	1
CHIFFRES CLÉS	2
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE AU 31 DÉCEMBRE 2011	5
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2012	6
ACTIVITÉS DU GROUPE	9
VINS ET SPIRITUEUX	10
MODE ET MAROQUINERIE	15
PARFUMS ET COSMÉTIQUES	17
MONTRES ET JOAILLERIE	20
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	21
AUTRES ACTIVITÉS	22
RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	25
LE GROUPE LVMH	25
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	51
RESSOURCES HUMAINES	69
LVMH ET L'ENVIRONNEMENT	85
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	97
ÉTATS FINANCIERS	113
COMPTES CONSOLIDÉS	113
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	179
AUTRES INFORMATIONS	209
GOUVERNANCE	209
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	237
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 5 AVRIL 2012	245
RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	255
TABLES DE CONCORDANCE	259

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. Désormais ensemble, elles composent un groupe puissant de dimension mondiale, mettent leur expertise au service de marques plus jeunes et continuent à cultiver l'art de grandir et de traverser le temps sans perdre leur âme et leur image d'exception.

Du XVI^e siècle à nos jours

XVI ^e siècle	1593	Château d'Yquem	XX ^e siècle	1908	Les Echos
				1916	Acqua Di Parma
XVIII ^e siècle	1729	Ruinart		1925	Fendi
	1743	Moët & Chandon		1936	Dom Pérignon
	1765	Hennessy			Fred
	1772	Veuve Clicquot		1942	Rossimoda
	1780	Chaumet		1945	Céline
				1947	Parfums Christian Dior
XIX ^e siècle	1815	Ardbeg			Emilio Pucci
	1828	Guerlain		1951	Wen Jun
	1832	Château Cheval Blanc		1952	Givenchy
	1843	Krug			Connaissance des Arts
		Glenmorangie		1957	Parfums Givenchy
	1846	Loewe		1960	DFS
	1849	Royal Van Lent			Domaine Chandon
	1852	Le Bon Marché		1963	Miami Cruiseline
	1854	Louis Vuitton		1969	Sephora
	1858	Mercier		1970	Kenzo
	1860	TAG Heuer		1974	Investir-Le Journal des Finances
	1865	Zenith		1976	Benefit Cosmetics
	1870	La Samaritaine		1977	Newton
	1884	Bulgari			Cape Mentelle
	1895	Berluti		1980	Hublot
				1982	Radio Classique
				1984	Thomas Pink
					Marc Jacobs
					Donna Karan
					Make Up For Ever
				1985	Cloudy Bay
				1988	Kenzo Parfums
				1991	Fresh
				1993	Belvedere
				1998	Numanthia Termes
				1999	Terrazas de los Andes
					Cheval des Andes
			XXI ^e siècle	2001	De Beers Diamond Jewellers
				2005	10 Cane

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

<i>(en millions d'euros et en pourcentage)</i>	2011	2010	2009
Ventes	23 659	20 320	17 053
Résultat opérationnel courant	5 263	4 321	3 352
Résultat net	3 465	3 319	1 973
Résultat net, part du Groupe	3 065	3 032	1 755
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ^(a)	6 137	4 848	3 928
Investissements d'exploitation	1 730	976	729
Cash flow disponible ^(b)	2 177	3 073	2 205
Capitaux propres ^(c)	23 512	18 204	14 785
Dette financière nette ^(d)	4 660	2 678	2 994
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	20%	15%	20%

(a) Avant paiement de l'impôt et des frais financiers.

(b) Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation.

(c) Y compris intérêts minoritaires.

(d) Hors engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir Note 17.1 de l'annexe aux comptes consolidés.

Données par action

<i>(en euros)</i>	2011	2010	2009
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	6,27	6,36	3,71
Résultat net, part du Groupe après dilution	6,23	6,32	3,70
Dividende par action			
Acompte	0,80	0,70	0,35
Solde	1,80	1,40	1,30
Montant brut global versé au titre de l'exercice ^{(e),(f)}	2,60	2,10	1,65

(e) Avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

(f) Pour l'exercice 2011, montant proposé à l'Assemblée générale du 5 avril 2012.

Informations par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	3 524	3 261	2 740
Mode et Maroquinerie	8 712	7 581	6 302
Parfums et Cosmétiques	3 195	3 076	2 741
Montres et Joaillerie	1 949	985	764
Distribution sélective	6 436	5 378	4 533
Autres activités et éliminations	(157)	39	(27)
Total	23 659	20 320	17 053
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	1 101	930	760
Mode et Maroquinerie	3 075	2 555	1 986
Parfums et Cosmétiques	348	332	291
Montres et Joaillerie	265	128	63
Distribution sélective	716	536	388
Autres activités et éliminations	(242)	(160)	(136)
Total	5 263	4 321	3 352

Informations par zone géographique

	2011	2010	2009
Ventes par zone géographique de destination <i>(en %)</i>			
France	12	13	14
Europe (hors France)	21	21	21
États-Unis	22	23	23
Japon	8	9	10
Asie (hors Japon)	27	25	23
Autres marchés	10	9	9
Total	100	100	100
Ventes par devise de facturation <i>(en %)</i>			
Euro	26	28	30
Dollar US	27	27	27
Yen	8	9	10
Hong Kong dollar	6	6	5
Autres devises	33	30	28
Total	100	100	100
Nombre de magasins			
France	390	364	353
Europe (hors France)	883	646	620
États-Unis	621	570	531
Japon	360	303	307
Asie (hors Japon)	621	518	470
Autres marchés	165	144	142
Total	3 040^(g)	2 545	2 423

(g) Dont 170 magasins supplémentaires venant de l'intégration de Bulgari et 125 de l'intégration de Ile de Beauté (Russie).

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE AU 31 DÉCEMBRE 2011

Conseil d'administration

Bernard Arnault
Président-directeur général

Antoine Bernheim^(a)
Vice-Président

Pierre Godé
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault

Nicolas Bazire

Bernadette Chirac^(a)

Nicholas Clive Worms^(a)

Charles de Croisset^(a)

Diego Della Valle^(a)

Albert Frère^(a)

Gilles Hennessy

Marie-Josée Kravis^(a)

Lord Powell of Bayswater

Yves-Thibault de Silguy^(a)

Francesco Trapani^(b)

Hubert Védrine^(a)

Censeurs

Paolo Bulgari

Patrick Houël

Felix G. Rohatyn^(b)

Comité exécutif

Bernard Arnault
Président-directeur général

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Pierre Godé
Vice-Président

Nicolas Bazire
Développement et acquisitions

Ed Brennan
Travel retail

Yves Carcelle
Mode et Maroquinerie

Chantal Gaemperle
Ressources humaines, Synergies

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christopher de Lapuente
Sephora

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Patrick Quart
Conseiller du Président

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
Mode

Francesco Trapani
Montres et Joaillerie

Mark Weber
Donna Karan, LVMH Inc.

Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

Comité d'audit de la performance

Antoine Bernheim^(a)
Président

Nicholas Clive Worms^(a)

Gilles Hennessy

Comité de sélection des administrateurs et des rémunérations

Antoine Bernheim^(a)
Président

Charles de Croisset^(a)

Albert Frère^(a)

Commissaires aux comptes

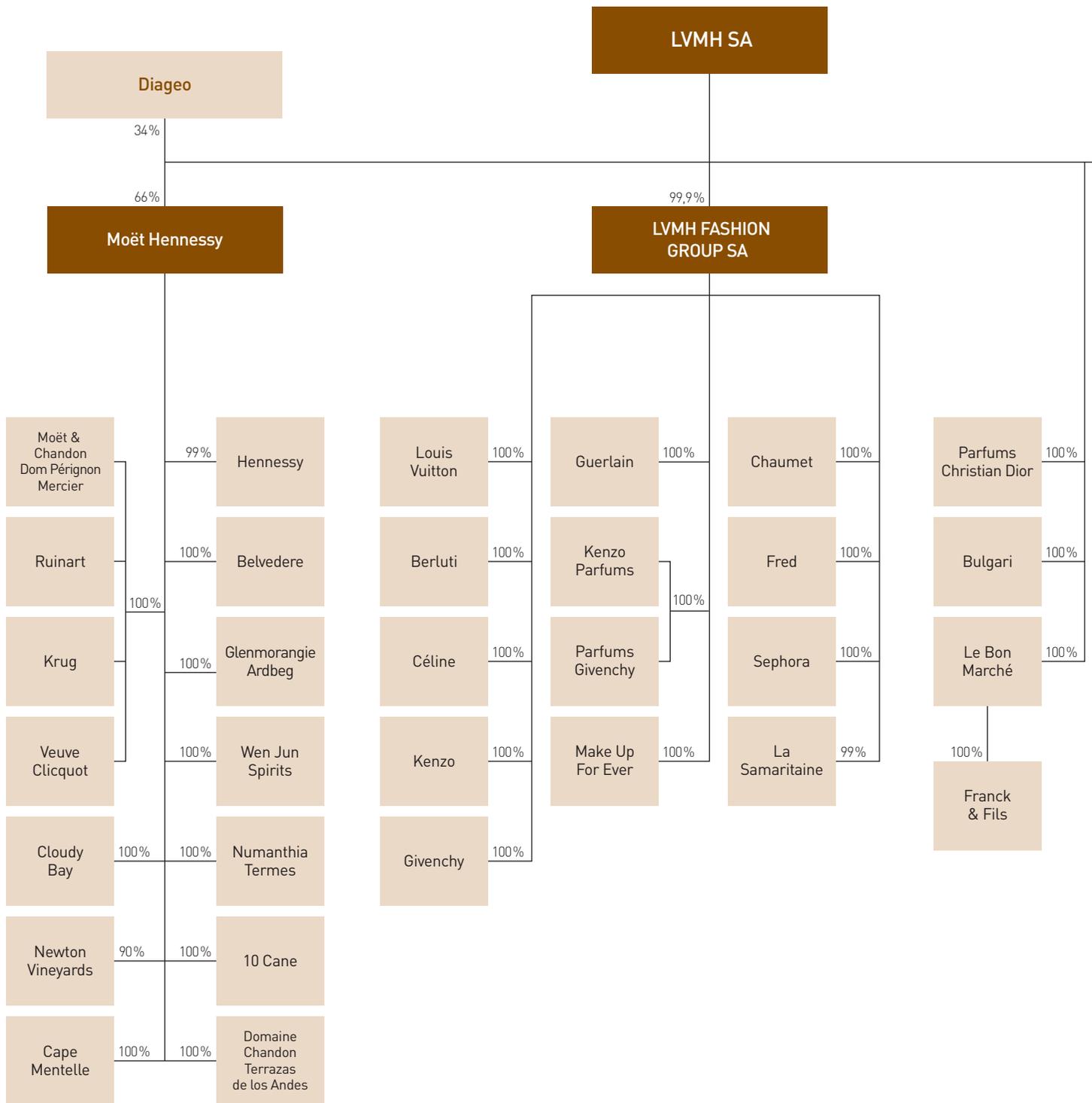
DELOITTE & ASSOCIÉS
représenté par Thierry Benoit

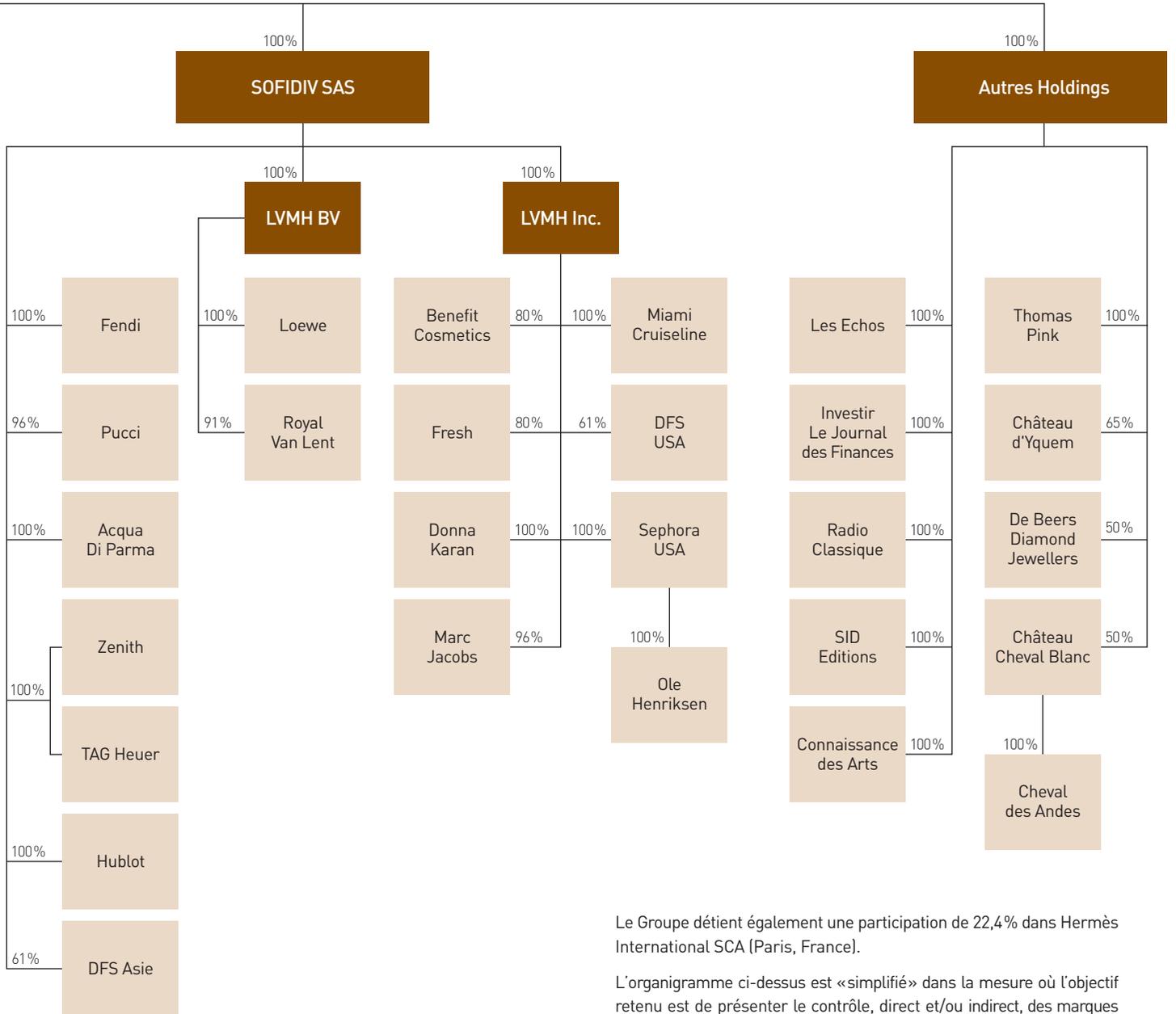
ERNST & YOUNG et Autres
représenté par Olivier Breillot
et Gilles Cohen

(a) Personnalité indépendante.

(b) Ratification proposée à l'Assemblée générale du 5 avril 2012.

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2012





Le Groupe détient également une participation de 22,4% dans Hermès International SCA (Paris, France).

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, et non le détail exhaustif des filiations juridiques au sein du Groupe.

■ Sociétés holdings ■ Marques et enseignes

ACTIVITÉS DU GROUPE

1.	VINS ET SPIRITUEUX	10
1.1.	Champagne et Vins	10
1.2.	Cognac et Spiritueux	12
1.3.	La distribution des Vins et Spiritueux	14
2.	MODE ET MAROQUINERIE	15
2.1.	Les marques du groupe Mode et Maroquinerie	15
2.2.	La création	16
2.3.	La distribution	16
2.4.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	16
3.	PARFUMS ET COSMÉTIQUES	17
3.1.	Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques	17
3.2.	La recherche en Parfums et Cosmétiques en 2011	18
3.3.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	19
4.	MONTRES ET JOAILLERIE	20
4.1.	Les marques du groupe Montres et Joaillerie	20
4.2.	La distribution	21
4.3.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	21
5.	DISTRIBUTION SÉLECTIVE	21
5.1.	L'activité « travel retail »	21
5.2.	L'activité « selective retail »	22
6.	AUTRES ACTIVITÉS	22

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.

1.1. Champagne et Vins

En 2011, les ventes de l'activité Champagne et Vins se sont élevées à 1 782 millions d'euros (dont 82 % pour le champagne), soit 51 % 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, Espagne, Californie, Argentine, Brésil, Australie et Nouvelle-Zélande.

LVMH représente le premier portefeuille de marques de champagne, celles-ci bénéficiant de positionnements complémentaires sur le marché. **Dom Pérignon** est une cuvée de prestige élaborée par Moët & Chandon depuis 1936. **Moët & Chandon**, fondée en 1743, premier vigneron et premier exportateur de la Champagne, et **Veuve Clicquot Ponsardin**, fondée en 1772, qui occupe le deuxième rang de la profession, sont deux grandes marques à vocation internationale. **Mercier**, fondée en 1858, 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 **Montaudon**, acquise fin 2008, a été cédée en décembre 2010.

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.

En 2011, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 3 524 millions d'euros, soit 15 % des ventes totales du groupe LVMH.

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.

En 2008, LVMH a acquis la société viticole espagnole **Numanthia Termes**, fondée en 1998, située au cœur de l'appellation Toro.

En 2009, LVMH a réalisé l'acquisition de 50 % du prestigieux **Château Cheval Blanc**, Premier Grand Cru classé « A » Saint-Émilion. Château Cheval Blanc possède un domaine de 37 hectares situé aux confins de l'appellation Saint-Émilion. Une culture de la vigne conduite dans la plus pure tradition des grands crus bordelais, un terroir de très haute qualité et un encépagement original confèrent à son vin son équilibre exceptionnel et sa personnalité unique. Cette participation est consolidée par intégration proportionnelle à compter d'août 2009.

1.1.2. Position concurrentielle

En 2011, les expéditions en volume des marques de champagne de LVMH progressent de 6 % tandis que les expéditions de la région Champagne augmentent de 1 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 18,3 % du total des expéditions de la région, contre 17,5 % en 2010 (16,7 % hors Montaudon) (source : CIVC).

La répartition des expéditions de Champagne, pour la région est la suivante :

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2011			2010			2009		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	181,6	10,6	5,8	185,0	12,6	6,8	180,8	11,1	6,1
Export	141,4	48,4	34,2	134,5	43,2	32,1	112,6	35,4	31,4
Total	323,0	59,0	18,3	319,5	55,8	17,5	293,3	46,5	15,8

[Source : Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne - CIVC].

La ventilation géographique des ventes de champagne de LVMH en 2011, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

<i>(en pourcentage)</i>	2011	2010	2009
Allemagne	5	5	5
Grande-Bretagne	10	10	11
États-Unis	19	18	17
Italie	5	5	6
Suisse	2	2	2
Japon	6	6	6
Autres	35	32	30
Total export	82	78	77
France	18	22	23
Total	100	100	100

La baisse de la part de la France est majoritairement liée à la cession de Montaudon fin 2010. En effet, en 2010, les volumes en France hors Montaudon représentaient 19 % des volumes mondiaux des marques, contre 22 % avec Montaudon.

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 34 000 hectares légalement utilisables pour sa production. Trois variétés de cépage seulement sont autorisées pour la production du champagne : le chardonnay, le pinot noir et le pinot meunier. Le mode d'élaboration des vins produits hors de la région Champagne mais selon les techniques de vinification du champagne est qualifié de « méthode champenoise ».

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

Les conditions climatiques influencent très sensiblement la récolte du raisin d'année en année. L'élaboration du champagne requiert en outre un vieillissement en cave d'environ deux années et davantage pour les cuvées « premium », qui sont les cuvées vendues au-delà de 110 % du prix moyen de vente. Pour se prémunir des irrégularités de vendanges et gérer les fluctuations de la demande, mais aussi pour maintenir une qualité constante au fil des années, les Maisons de Champagne de LVMH ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock des vins de réserve. Une vendange de faible volume pouvant affecter ses ventes pendant deux ou trois ans, voire plus, LVMH maintient en permanence des stocks de champagne importants dans ses caves. Au 31 décembre 2011, ces stocks représentaient environ 266 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 4,3 années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 13 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée.

1.1.4. Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 697 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 vigneron et de coopératives, sur la base d'accords pluri-annuels ; le premier fournisseur de raisins et de vins représente moins de 15 % du total des approvisionnements des Maisons du Groupe. Avant 1996, un prix indicatif était publié par l'interprofession ; s'y ajoutaient des primes spécifiques négociées individuellement entre les vigneron et les négociants. À la suite d'un premier accord quadriennal signé en 1996, un nouvel accord interprofessionnel avait été signé au printemps 2000, portant sur les quatre vendanges 2000 à 2003 et confirmant la volonté de modération dans les fluctuations du prix du raisin, à la hausse ou à la baisse. Un nouvel accord interprofessionnel a été signé au printemps 2004 entre les Maisons et les vigneron de la Champagne, portant sur les 5 vendanges 2004 à 2009. Celui-ci a été renouvelé par anticipation en 2009, fixant le cadre des négociations portant sur les vendanges 2009 à 2013. Tout contrat doit désormais contenir une clause d'indexation du prix du raisin. L'indice de référence recommandé est le prix moyen de vente d'une bouteille de champagne, ce qui permet de garantir aux différents acteurs un meilleur partage de la valeur et de maîtriser davantage les spéculations sur le prix des raisins.

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

Pour la récolte 2011, l'Institut national des appellations d'origine (INAO) a fixé le rendement maximum de l'appellation Champagne à 10 500 kg/ha. Ce rendement maximum correspond au niveau de récolte maximum pouvant être vinifié et commercialisé en appellation Champagne. En 2006, l'INAO a redéfini le cadre réglementaire des réserves « bloquées » évoquées précédemment. Il est 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 est déterminé chaque année dans la limite du rendement total maximum. Il a été fixé à 13 600 kg/ha pour la récolte 2011. La récolte au-delà du rendement en appellation est bloquée en réserve, conservée en cuves et utilisée pour compléter une récolte déficitaire. Le niveau maximum de cette réserve bloquée est fixé à 10 000 kg/ha.

Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2011 s'établit entre 5,00 euros et 5,90 euros suivant les crus, en augmentation de 4 % par rapport à 2010.

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 16 millions d'euros environ ; ces prestations portent notamment sur les opérations de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2. Cognac et Spiritueux

En 2011, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 1 742 millions d'euros, soit 49 % 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 déjà 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, qui élabore la vodka de luxe Belvedere, a été créée en 1910 et acquise par Millennium en 2001 à l'occasion de sa privatisation. Il n'existe aucune relation entre la marque Belvedere, détenue par LVMH et le groupe français de vins et spiritueux Belvédère. En 1999, la société décide de développer des vodkas aromatisées. En 2007, suite à un accord avec Belvedere Winery, Moët Hennessy a acquis la marque et le nom de domaine

Belvedere aux États-Unis, devenant ainsi propriétaire de cette marque de vodka dans le monde entier. Les droits de distribution de la marque Chopin ont été cédés en 2010.

LVMH a acquis Glenmorangie en 2005. Le groupe Glenmorangie détient en particulier les marques de whisky single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg**. La distillerie Glen Moray, précédemment détenue par Glenmorangie, a été cédée en 2008.

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 du Groupe à toutes les étapes de son élaboration.

En mai 2007, le Groupe a acquis 55 % du capital de **Wen Jun Spirits** et Wen Jun Spirits Sales qui produisent et distribuent des alcools blancs en Chine.

1.2.2. Position concurrentielle

En 2011, les volumes d'expédition de la région de Cognac progressent de 7 % par rapport à 2010, alors que les expéditions en volume de Hennessy augmentent de 3 %. La part de marché de Hennessy s'établit ainsi à 41,1 %, contre 42,5 % en 2010 (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)

	2011			2010 ^(a)			2009		
	Volumes		Part de marché [%]	Volumes		Part de marché [%]	Volumes		Part de marché [%]
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	4,0	0,3	6,7	4,2	0,3	6,4	2,9	0,2	7,5
Europe (hors France)	39,1	8,6	22,1	38,4	9,0	23,4	33,5	7,3	21,8
États-Unis	48,2	27,9	57,9	46,4	27,3	59,0	43,0	27,1	63,0
Japon	1,2	0,7	59,0	1,4	0,7	52,8	1,8	1,2	63,2
Asie (hors Japon)	57,5	23,1	40,2	50,0	21,8	43,5	37,0	14,6	39,5
Autres marchés	7,6	4,2	55,7	7,3	3,6	50,8	5,6	2,6	47,3
Total	157,6	64,8	41,1	147,5	62,7	42,5	123,8	53,0	42,8

(a) Les expéditions de 2010 ont été corrigées par rapport aux volumes indiqués dans le document de référence 2010, en fonction des statistiques définitives.

(Source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC)

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

(en pourcentage)	2011	2010	2009
États-Unis	43	44	51
Japon	1	1	2
Asie (hors Japon)	36	35	27
Europe (hors France)	13	14	14
Autres	7	6	6
Total export	100	100	100
France	-	-	-
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.

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

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

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

Hennessy exploite 177 hectares en propriété. Le vignoble du Groupe est resté 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 2011, le prix des vins de la récolte est en augmentation de 5 % par rapport à celui de la récolte 2010.

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 a peu 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 qui élabore Belvedere, propriété de Millennium, 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.

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

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Millennium représente moins de 25 % 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, selon le 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 comme c'est le cas, par exemple, aux îles françaises des Antilles.

La distillerie 10 Cane, située sur l'île de Trinidad, n'utilise que du jus de première pressée, le reste étant rejeté. Après fermentation progressive du pur jus de canne non dilué, celui-ci est distillé selon une méthode 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.

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 2011, 28 % des ventes de champagne et de cognac ont été vendus par ce canal.

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

Depuis 1987, LVMH et Guinness (antérieurement à la constitution du groupe Diageo) ont en effet conclu des accords conduisant à établir des 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.

Fin 2004, LVMH et Diageo ont annoncé la séparation de leurs activités de distribution aux États-Unis, au sein de la joint-venture

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.

1.2.8. Mode d'élaboration des spiritueux Wen Jun

Wen Jun est en Chine l'un des producteurs de spiritueux de luxe les plus anciens et les plus réputés. Les spiritueux élaborés par Wen Jun sont des alcools blancs de catégorie « nong » (aromatique), la plus appréciée dans le pays. Ils sont élaborés à partir d'eau de source et de différentes céréales, principalement du blé, du riz, du sorgho, du maïs et du riz glutineux.

La fermentation s'opère en pleine terre, à l'intérieur d'une fosse de trois mètres de large et de profondeur, dont les parois sont recouvertes d'un revêtement favorisant le développement des arômes. On y place les céréales avec un agent de fermentation pendant environ 70 jours avant de procéder à la distillation. Le produit ainsi obtenu est alors enfermé dans des jarres de céramique d'une contenance de 1 100 litres pour une durée d'un an. Vient ensuite le processus d'assemblage et de mise en bouteille. La température, le taux d'humidité et l'alcalinité du terrain ont une grande influence sur la qualité des alcools blancs chinois. Le Sichuan, où est implantée depuis le XVI^e siècle (dynastie des Ming) la distillerie Wen Jun, est considéré comme un terroir exceptionnel pour l'élaboration de spiritueux de type « nong ».

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.

En 2010, LVMH et Diageo ont réorganisé la distribution de leurs produits au Japon. Moët Hennessy s'est recentré sur la distribution de ses marques de champagne et spiritueux, ainsi que sur certaines marques de spiritueux ultra-premium de Diageo, Diageo transférant la distribution de ses autres marques premium à une joint-venture dans laquelle Diageo est associé à Kirin.

Jusqu'en 2011, la distribution des Vins & Spiritueux de LVMH en Russie était réalisée par une joint-venture entre LVMH et la société Whitehall. En 2011, LVMH a racheté les parts de la société Whitehall ; la distribution est désormais réalisée par une filiale à 100 % de LVMH.

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Céline, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti et Rossimoda composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis dispose de 1 246 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 2011, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 8 712 millions d'euros, soit 37 % 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*, *Idylle*, *Monogram Multicolore*, *Monogram Denim* ;
- la ligne *Damier* existant en trois couleurs, ébène, azur et *Damier Graphite*, ligne masculine créée en 2008 ;
- la ligne *Cuir Epi*, proposée en plusieurs couleurs ;
- la ligne *Taïga*, pour homme, proposée en quatre couleurs.

Une ligne en cuir souple embossé, *Monogram Empreinte*, a été lancée en 2010.

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.

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.

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 et le prêt-à-porter. Les parfums Loewe sont intégrés dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.

Marc Jacobs, créée à New York en 1984, est la marque éponyme du Directeur artistique de Louis Vuitton, qui connaît un développement rapide dans le domaine de la mode féminine et masculine ; LVMH en assure la distribution depuis 1997.

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

Kenzo, créée en 1970, a rejoint le Groupe 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 d'activités Parfums et Cosmétiques.

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 de LVMH.

Thomas Pink, marque née 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.

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.

Berluti, artisan bottier depuis 1895, marque détenue par LVMH depuis 1993, crée et commercialise des souliers pour homme de très haute qualité, ainsi qu'une ligne de maroquinerie, désormais complétée par une ligne de prêt-à-porter pour homme.

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. Chez Fendi, Karl Lagerfeld crée les collections de prêt-à-porter féminin, tandis que Silvia Fendi est en charge des accessoires

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

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 dix-sept ateliers de fabrication de maroquinerie de Louis Vuitton Malletier, douze en France, trois en Espagne et deux aux États-Unis, assurent l'essentiel de la production de la marque. Le site de Louis Vuitton à Fiesso d'Artico en Italie regroupe l'ensemble des savoir-faire, du développement à la production, pour toutes ses catégories de souliers. Louis Vuitton ne recourt à des tiers que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de son volume de production.

Fendi et Loewe disposent également d'ateliers de maroquinerie dans leurs pays d'origine et en Italie pour Céline, 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 2011 environ 45 % 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

et du prêt-à-porter masculin. Phoebe Philo a été nommée Directrice artistique de Céline en 2008. Le créateur Riccardo Tisci est depuis 2005 Directeur artistique pour la haute couture, le prêt-à-porter féminin et les accessoires de Givenchy Femme et s'est vu confier la création du prêt-à-porter masculin en 2008. La Direction artistique de Loewe est assurée par Stuart Vevers. En 2011, la Direction artistique de l'ensemble des collections Kenzo a été confiée à Humberto Leon et Carol Lim. Donna Karan continue de créer les lignes de la Maison qui porte son nom. Peter Dundas a rejoint en 2008 la Maison Emilio Pucci en qualité de Directeur artistique. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti. La création d'une collection de prêt-à-porter masculine est confiée en 2011 à Alessandro Sartori, nommé Directeur artistique de la Maison.

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 1 246 magasins au 31 décembre 2011.

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. En 2009, afin de continuer à sécuriser cette filière d'approvisionnement stratégique, Louis Vuitton a conclu un accord de joint-venture avec la Tannerie Masure qui lui fournit des cuirs de grande qualité depuis de nombreuses années. Ce partenariat a donné naissance aux Tanneries de la Comète où les peaux sont tannées exclusivement pour Louis Vuitton à l'aide d'extraits végétaux. En 2011, l'acquisition de la tannerie de cuirs exotiques Heng Long contribue également à la sécurisation des filières stratégiques. 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 par ses 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 à l'origine dans les produits de maquillage professionnel. Les parfums Fendi, de création récente, viennent compléter ce groupe d'activités.

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 augmente l'efficacité des fonctions de support de distribution dans le monde 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 d'activités des Parfums et Cosmétiques.

À l'exception des produits et services du groupe La Brosse et Dupont, cédé en 2010, les marques de Parfums et Cosmétiques de LVMH sont commercialisées dans les circuits dits de « distribution sélective », par opposition à la grande distribution et à la parapharmacie.

En 2011, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 3 195 millions d'euros, soit 13 % 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 Christian Dior, 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 1,7 % de ses ventes et se situe à l'avant-garde en matière d'innovation.

Les principaux parfums féminins de la marque sont : *J'adore*, *Miss Dior*, *Poison*, *Dior Addict*. En 2008, Parfums Christian Dior a inauguré la collection des *Escapes*. *Eau Sauvage*, *Fabregeat*, *Dune pour Homme*, *Dior Homme*, *Dior Homme Sport*, et *Fabregeat Absolute*, créé en 2009, constituent les parfums masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Diorsnow*, *Hydralife*, *L'Or de Vie*, et *Prestige*, lancée en 2011, pour les produits de soin ; *Dior Addict*, *Diorskin*, *Backstage*, *Rouge Dior* et *Diorshow* pour le maquillage.

Guerlain, fondée en 1828 par Pierre François Pascal Guerlain, a créé plus de 700 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* et *Idylle*, créé en 2009, pour les parfums féminins, *Habit Rouge*, *Vetiver*, *L'Instant de Guerlain pour Homme* et *Guerlain Homme*, pour les parfums masculins, sont les ambassadeurs de la marque.

Les principales lignes cosmétiques de Guerlain sont *Success* et *Orchidée Impériale* pour les produits de soin, *Terracotta*, *Lingerie de*

peau et *Kisskiss* pour le maquillage. Une nouvelle ligne de soin, *Abeille Royale*, a été lancée en 2010.

La société **Parfums Givenchy**, fondée en 1957, complète sa présence dans l'univers des parfums féminins et masculins à travers *Amarige*, *Organza*, *Very Irresistible Givenchy*, *Ange ou Démon*, *Play for her*, lancé en 2010, et *Dablia Noir*, lancé en 2011, ainsi que *Givenchy pour Homme*, *Very Irresistible pour Homme*, et *Play*, en développant une activité dans le domaine des produits cosmétiques avec les soins Givenchy et la ligne de maquillage *Givenchy Le Makeup*.

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*. Les années suivantes ont vu le lancement du parfum féminin *KenzoAmour*, celui du parfum masculin *KenzoPower*, la création de *KenzoHomme eau de toilette boisée* en 2010 et, en 2011, le lancement de *Eau de Parfum Madly Kenzo*.

Benefit Cosmetics, créée en 1976 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 trente-six boutiques exclusives à travers le monde (Californie, Chicago, New York, Royaume-Uni, Hong Kong, Chine et Sydney), la marque est actuellement distribuée dans plus de 2000 points de vente dans 29 pays à travers le monde.

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 en Russie, au Moyen-Orient et en Amérique latine.

Make Up For Ever, créée en 1984, 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 des boutiques exclusives à Paris et à New York et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, en Europe, aux États-Unis, marchés développés en partenariat avec Sephora, mais aussi en Chine, en Corée et au Moyen-Orient.

3.2. La recherche en Parfums et Cosmétiques en 2011

La stratégie des Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH repose sur une politique d'innovation. Le regroupement des différentes entités de recherche des marques du Groupe au sein d'un Groupement d'Intérêt Economique (« GIE »), LVMH Recherche, a permis de développer ces dernières années de nombreuses synergies en recherche, dans le développement des formulations des produits cosmétiques et dans le suivi des réglementations en vue de leur commercialisation dans les différentes parties du monde. Plus de 270 scientifiques, chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins travaillent ainsi collégialement au sein des laboratoires implantés en France à Saint-Jean de Braye, près d'Orléans, au cœur du pôle de compétitivité de la Cosmetic Valley. Le GIE LVMH Recherche intègre depuis cette année la marque américaine Fresh parmi ses membres. En étroite collaboration avec les équipes marketing des marques, des équipes de développement dédiées ont en charge les développements des produits de soin, maquillage et parfums de Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy et Fresh. Les laboratoires assurent également un certain nombre de développements pour d'autres sociétés du Groupe, Benefit, Make Up For Ever, Parfums Kenzo, Acqua di Parma, Nude, Fendi, Pucci, Loewe... ainsi que d'une manière générale, la coordination réglementaire pour l'ensemble des marques du groupe LVMH impliquées dans les parfums ou les cosmétiques.

Ce regroupement de moyens et de compétences de plus en plus techniques permet à LVMH Recherche de mener, en liaison avec de nombreux partenaires français et étrangers, des projets dont l'ensemble des marques du Groupe bénéficie pour le développement des produits. Enfin, dans une période de forte évolution des contraintes réglementaires sur les matières premières et l'enregistrement des produits à l'international, LVMH Recherche, de par ses contacts et participations dans différentes instances et organisations internationales de réglementation, affirme son expertise dans des domaines tels que la sécurité des produits, la représentation et la défense de ses intérêts stratégiques.

LVMH Recherche représente en France le second plus important centre de recherche dans le domaine des parfums et des cosmétiques. En 2011, les équipes de recherche et développement ont poursuivi leurs travaux dans les domaines clés : performance, sensorialité, plaisir, qualité, sécurité et satisfaction du consommateur des produits. De nouvelles

études consommateurs liées aux processus d'innovation permettent d'orienter et de renforcer la création des principaux produits cosmétiques de demain. La mise en place de plateformes technologiques de recherche dans le domaine des ingrédients actifs, de la modélisation cellulaire et tissulaire, ou des techniques d'imagerie et de détection des activités biologiques permet une rationalisation des processus, grâce à laquelle LVMH Recherche a pu valoriser des ingrédients en développement. On notera de grandes avancées dans la recherche de nouveaux produits issus des végétaux et des abeilles et la mise au point de nouveaux modèles d'étude de leur activité biologique. Des projets ont été focalisés plus particulièrement sur les domaines de la réparation tissulaire, de la lutte contre les rides et contre la perte de fermeté, de l'anti-âge (hormesis, longévité) et de l'innovation galénique, avec des textures nouvelles et à transformation. Des nouvelles approches originales sur les mécanismes de défense anti-âge, d'hydratation, de régulation des défauts de pigmentation et de la maîtrise de la lumière ont été intégrées dans les lancements de produits hydratants et éclaircissants dans les différentes marques du Groupe. Les produits permettant également d'améliorer la luminosité et la transparence du teint connaissent en Asie un développement important sur un marché de plus en plus technologique et concurrentiel.

Le groupe La Brosse et Dupont, leader français dans la distribution des produits d'hygiène et de beauté, acquis par LVMH fin 1998, a été cédé en septembre 2010.

La plateforme de recherche internationale Orchidarium consacrée à la recherche sur les orchidées a suscité un grand intérêt et a poursuivi ses nombreux travaux de recherche pour le développement de la gamme *Orchidée Impériale* de Guerlain. La Rose « Jardin de Granville », nouvelle variété plusieurs fois primée aux concours horticoles, créée en collaboration avec la Roseraie André Eve, a permis la mise au point de nouveaux actifs particulièrement importants pour la gamme *Prestige* de Parfums Christian Dior. En outre, une étude de fond autour des peaux sèches, utilisant la spectrométrie Raman, a permis de suivre de façon fine leur teneur en eau et les éléments du facteur naturel d'hydratation. De nouvelles méthodes d'analyse de l'éclat, du déplacement des volumes avec l'âge, le stress ou la fatigue permettent une meilleure compréhension de ces phénomènes afin de bâtir des produits cosmétiques de correction plus efficaces. La mise en place d'une photothèque collaborative permet de consolider le patrimoine d'images scientifiques de LVMH et de le mettre au service des marques. Compte tenu de la diversité et la complexité des métiers de recherche et développement, la réactivité et la gestion en temps

réel sont des points clés de compétitivité et de traçabilité. Un système collaboratif d'interface utilisateurs, s'appuyant sur les bases de données « NiceLab », a été déployé au sein des services de formulations en France et au Japon. La structure de recherche du Japon, l'Asian Innovation Center, à Tokyo, a noué des partenariats sur des projets stratégiques concernant de nouvelles formulations maquillage et soin. Afin de se rapprocher des consommateurs chinois, une structure similaire a été créée cette année à Shanghai, active dans le domaine des études consommateurs et de la recherche de partenariats. Des projets de recherche innovants portés par la Cosmetic Valley ont également été poursuivis. En outre, LVMH Recherche continue à protéger régulièrement ses inventions par des dépôts de brevets.

L'ensemble des activités de recherche a donné lieu à des communications scientifiques dans des congrès internationaux spécialisés. LVMH Recherche a organisé à Londres cette année son 11^e Symposium Scientifique International sur le « Rajeunissement cutané ». LVMH Recherche a aussi signé en 2011 un contrat cadre de partenariat avec l'Université d'Orléans. LVMH Recherche a également participé activement à la mise en place d'un concours de Photographies Scientifiques en collaboration avec le magazine « La Recherche », mettant à l'honneur le domaine de la photographie dans la valorisation des travaux de recherche.

Dans le domaine du maquillage, les principaux thèmes de recherche sont les interactions peau-lumière-matière, les nouveaux pigments à effets spéciaux, les matériaux intelligents

3.3. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Les cinq centres de production français de Guerlain, Givenchy et Parfums Christian Dior assurent la quasi-totalité de la production des quatre grandes marques françaises, y compris Kenzo Parfums, 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 en France. Par ailleurs, les marques Benefit, Parfums Loewe, Fresh et Parfums Fendi confient la fabrication de leurs produits pour partie aux autres marques du Groupe, le solde étant sous-traité à l'extérieur du Groupe.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2011, pour cette activité, environ 9 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 8 millions d'euros de sous-traitance logistique.

et les nouvelles formulations à transformation révélant par des effets surprenants la richesse de leurs couleurs. L'association d'une action soin au maquillage, de plus en plus recherchée, nécessite des modifications expertes des formules classiques. Le maquillage a poursuivi sa percée dans une nouvelle ère. Dans le domaine du vernis à ongles, une texture originale associée à un nouveau pinceau a permis un « résultat maquillage » plébiscité et une tenue exceptionnelle. Dans le domaine du mascara, de nouvelles approches ont permis d'intensifier plus encore le regard, et de densifier les fibres des cils. Un fond de teint matifiant grand confort, un fond de teint soin fusionnel avec la peau permettent d'avoir un rendu très naturel, satiné avec une couvrance préservée. Du côté des poudres, l'incorporation de nouvelles matières premières et l'utilisation de procédés innovants ont permis d'obtenir de nouveaux effets poudrés proches d'effets invisibles et naturels, renforçant ainsi la position de leaders qu'occupent les marques du Groupe dans les produits de maquillage au rendu dit « peau nue » ou « Nude », un concept lancé par nos équipes de recherche dans le domaine de la cosmétique il y a quelques années et largement copié depuis.

En janvier 2011, LVMH Recherche a été certifié, pour la seconde fois, ISO 9001:2008 et Bonne Pratique de Laboratoire (BPL).

La première pierre du nouveau centre de recherche Hélios localisé à Saint-Jean de Braye, Loiret (France), a été posée en octobre 2011. Ce nouveau centre de recherche ultramoderne HQE sera opérationnel en 2013.

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 entrant dans l'élaboration des 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 en France, le Groupe pouvant également acquérir ou développer des formules auprès de 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 et joaillières 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 De Beers Diamond Jewellers, joint venture créée en juillet 2001, qui affirme son positionnement de joaillier diamantaire, et Hublot, jeune marque horlogère haut de gamme. En 2011, l'activité s'est enrichie du talent, de la dimension internationale et de la diversité de la marque italienne Bulgari.

Le groupe d'activités a désormais largement déployé sa présence internationale et renforcé la coordination et la mise en commun

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 *Aquaracer*, *Link* et *Formula 1* ; pour les montres et chronographes classiques, les modèles *Carrera* et *Monaco*. TAG Heuer a lancé sous licence en 2002 sa première ligne de lunettes. Après avoir lancé en 2007 la gamme *Grand Carrera* de montres et chronographes automatiques, la marque a lancé en 2008 *Meridiist*, sa première gamme de téléphones mobiles conçue en collaboration avec la société ModeLabs.

Hublot, marque fondée en 1980, a innové dès son origine en créant la première montre dotée d'un bracelet en caoutchouc naturel. Dotée d'un savoir-faire horloger de premier plan, la marque est reconnue pour son concept original de fusion de matériaux nobles et technologiques et pour son modèle icône *Big Bang* né en 2005. En parallèle aux nombreuses déclinaisons de ce modèle, Hublot continue de développer sa gamme historique *Classic*. En 2008, Hublot a lancé une ligne de montres féminines et a ouvert ses premières boutiques. Une nouvelle ligne de montres, la *King Power*, a fait son apparition en 2009.

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 horlogères. 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

de moyens administratifs, développé ses équipes commerciales et marketing et a progressivement mis 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, en particulier pour la 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 2011, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 1 949 millions d'euros, soit 8 % des ventes totales de LVMH.

El Primero et le mouvement automatique extra-plat *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque.

Bulgari, fondée en 1884, synonyme de créativité et d'excellence dans le monde entier, est unanimement reconnue comme l'un des acteurs majeurs de son secteur. La célèbre Maison italienne tient une place prééminente dans les domaines de la joaillerie et de l'horlogerie, de même qu'un rang significatif dans celui des parfums et des accessoires.

Montres Dior est gérée depuis 2008 sous la forme d'une joint-venture entre le groupe d'activités Montres et Joaillerie et la société Christian Dior Couture. Les montres sont fabriquées en Suisse par les Ateliers Horlogers. Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Chrystal*, *Chiffre rouge*, *D de Dior* et, depuis 2011, *Dior VIII*, sont conçues en parfaite harmonie avec la force créative de la Maison de couture.

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.

De Beers est une marque de haute joaillerie créée en juillet 2001, exploitée en commun par les groupes LVMH et De Beers, au sein de la société De Beers Diamond Jewellers. La société, dont le siège est à Londres, met progressivement en

place un réseau mondial de boutiques proposant des bijoux sous la marque De Beers. Elle aborde le marché du diamant

4.2. La distribution

Le réseau de magasins des marques de Montres et Joaillerie s'est enrichi de 170 magasins en 2011 suite à l'intégration de Bulgari, portant le nombre de magasins du groupe d'activités à 327 fin 2011. Les produits des marques joaillières sont ainsi mis en valeur dans le cadre d'emplacements prestigieux, situés

4.3. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Grâce à ses ateliers et manufactures suisses, situés au Locle, à La Chaux de Fonds, à Neuchâtel, à Cornol, au Sentier et à Nyon, le Groupe assure la quasi-totalité de l'assemblage des montres et chronographes vendus sous les marques TAG Heuer, Hublot, Zenith, Bulgari, Christian Dior, Chaumet et Fred, ainsi que la conception et fabrication des mouvements mécaniques *El Primero* et *Elite* de Zenith, *le Calibre 1887* de TAG Heuer, *l'UNICO* de Hublot et les Hautes Complications de Bulgari. L'année 2009 a été marquée par l'inauguration de la Manufacture de Hublot à Nyon et d'un atelier de fabrication de mouvements chez TAG Heuer à La Chaux de Fonds. En 2011, TAG Heuer a acquis 100% de ArteCad, un acteur

sous un angle original, tant sur le plan de l'inspiration créative en matière de bijoux que de la conception des points de vente.

dans les plus grandes villes du monde. En outre, TAG Heuer et Hublot développent leur réseau de magasins, en propre et en franchise, au moyen d'implantations dans des emplacements stratégiques contribuant à la visibilité des produits.

suisse majeur dans l'approvisionnement en cadrans de montre, et Hublot a acquis la totalité du capital de Profusion, entreprise spécialisée dans la maîtrise de la fibre de carbone, ce qui complète les capacités actuelles de TAG Heuer et Bulgari sur les composants critiques de cadrans, boîtes et bracelets.

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance représente en 2011 10% du coût des ventes.

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, en Asie et au Moyen-Orient 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.

En 2011, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 6 436 millions d'euros, soit 27% des ventes totales de LVMH.

5.1. L'activité « travel retail »

DFS

Duty Free Shoppers (« DFS ») a rejoint LVMH en 1997.

DFS est le pionnier et le leader mondial de la vente de produits de luxe aux voyageurs internationaux. Son activité est très liée aux cycles du tourisme.

Depuis son origine en 1960 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 actuelle de DFS a pour priorité le développement et la promotion de ses magasins *Galleria* de centre-ville, qui assurent aujourd'hui plus de la moitié 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, deux espaces commerciaux différents et complémentaires : une offre généraliste de produits de luxe (parfums et cosmétiques, mode et accessoires...) et une galerie de boutiques de grandes marques appartenant ou non au groupe LVMH (Louis Vuitton, Hermès, Bulgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Céline...).

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 si celles-ci sont 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 80 bateaux représentant plusieurs 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 répartir 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 récents sur l'amélioration de la qualité de son offre produits et sur l'adaptation des assortiments à chaque croisière afin d'accroître la moyenne des dépenses par passager.

5.2. L'activité « selective retail »

Sephora

L'enseigne Sephora, fondée en 1969, 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 au soin. Grâce à la qualité de ce concept, Sephora a su conquérir la confiance des marques sélectives de parfums et cosmétiques. L'enseigne propose en outre depuis 1995 des produits vendus sous sa propre marque.

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie, notamment Marie-Jeanne Godard et les sociétés italiennes Laguna, Boidi et Carmen. Sephora dispose aujourd'hui de 857 magasins en Europe, implantés dans 15 pays. Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 268 magasins aux États-Unis, complétés par un site Internet, sephora.com, et 31 magasins au Canada. Au 31 décembre 2011, Sephora dispose de plus de 100 magasins en Chine, où son implantation remonte à 2005. Ayant débuté son implantation au Moyen-Orient en 2007, l'enseigne y dispose de 20 magasins à la fin de l'année 2011, répartis sur cinq pays.

Après avoir inauguré en 2010 sa présence en Amérique latine grâce à l'acquisition de Sack's, le leader brésilien des ventes en ligne de parfums et cosmétiques sélectifs, Sephora a renforcé sa présence en Russie en 2011, portant à 65 % sa participation dans le capital de l'enseigne de distribution de parfums et cosmétiques Ile de Beauté. Ile de Beauté compte 173 magasins à fin 2011.

Le Bon Marché

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

Le Bon Marché dispose d'un département alimentaire, La Grande 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.

6. AUTRES ACTIVITÉS

Les Autres activités regroupent le pôle média géré par le groupe Les Echos, la Samaritaine et, depuis le dernier trimestre 2008, le constructeur de yacht néerlandais Royal Van Lent.

Groupe Les Echos

LVMH a acquis le groupe Les Echos en décembre 2007 auprès du groupe britannique Pearson. Le groupe Les Echos comprend Les Echos, premier quotidien économique en France, LesEchos.fr, premier site Internet économique en France, le magazine Enjeux-Les Echos, ainsi que d'autres services économiques spécialisés. En outre, le groupe Les Echos réunit désormais plusieurs titres de la presse économique et culturelle antérieurement détenus par LVMH – Investir, Connaissance des Arts, la Maison d'édition littéraire Arléa, et la station de

radio française Radio Classique. En janvier 2011, faisant suite à l'acquisition du Journal des Finances par le groupe Les Echos, les hebdomadaires Investir et Le Journal des Finances ont fusionné pour donner naissance au nouveau titre Investir - Le Journal des Finances.

La Samaritaine

La Samaritaine est un ensemble immobilier situé au cœur de Paris, en bordure de Seine. Il était constitué d'un grand magasin et d'immeubles locatifs de bureaux et commerces jusqu'en 2005, date de fermeture du grand magasin pour raisons de sécurité. Ce dernier ensemble fait l'objet d'un projet architectural le transformant, sous réserve de l'obtention des autorisations administratives nécessaires, en un ensemble qui

comportera hôtel, bureaux, galeries de commerces et logements sociaux. En novembre 2010, LVMH a conclu un accord avec la Fondation Cognacq-Jay pour reprendre les 40,1 % du capital que celle-ci détenait dans le capital de la Samaritaine.

Royal Van Lent

Fondé en 1849, Royal Van Lent est spécialisé dans la conception et la construction sur mesure de yachts de luxe commercialisés sous la marque Feadship, l'une des plus prestigieuses au monde pour les bateaux de plus de 50 mètres.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le groupe LVMH

1.	COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LA SITUATION FINANCIÈRE	26
1.1.	Commentaires sur le compte de résultat consolidé	26
1.2.	Vins et Spiritueux	30
1.3.	Mode et Maroquinerie	31
1.4.	Parfums et Cosmétiques	33
1.5.	Montres et Joaillerie	34
1.6.	Distribution sélective	35
1.7.	Commentaires sur le bilan consolidé	36
1.8.	Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée	38
2.	FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE	39
2.1.	Risques stratégiques et opérationnels	39
2.2.	Politique d'assurance	41
2.3.	Risques financiers	42
3.	ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE	44
4.	INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	45
4.1.	Dépenses de communication et promotion	45
4.2.	Frais de recherche et développement	45
4.3.	Investissements industriels et dans les réseaux de distribution	45
5.	PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES	46
5.1.	Production	46
5.2.	Distribution	47
5.3.	Établissements administratifs et immeubles locatifs	47
6.	PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR DES FILIALES	47
7.	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	48
8.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	48
9.	ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES	49

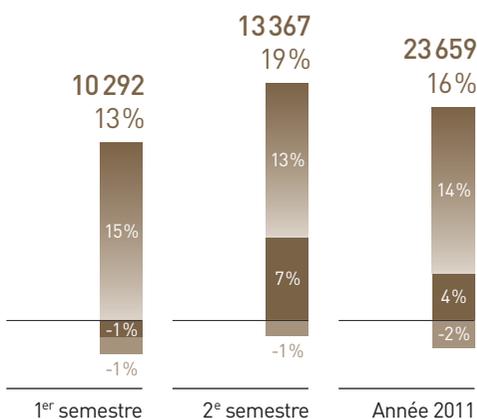
1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LA SITUATION FINANCIÈRE

1.1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé

1.1.1. Analyse des ventes

Évolution des ventes par semestre^(a)

(en millions d'euros et en pourcentage)



- Croissance organique
- Variations de périmètre^(a)
- Évolution des parités monétaires^(a)

(a) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les ventes des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 29.

Les ventes de l'exercice 2011 s'élèvent à 23 659 millions d'euros, en hausse de 16 % par rapport à l'exercice précédent. Elles ont été affectées par la baisse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de -5 % pour le dollar US.

Depuis le 1^{er} janvier 2010, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques, déconsolidation au troisième trimestre 2010 de La Brosse et Dupont ; dans les Vins et Spiritueux, déconsolidation de Montaudon au 1^{er} janvier 2011 ; dans les Montres et Joaillerie, consolidation de Bulgari au 30 juin 2011 ; dans le groupe d'activités Distribution sélective, consolidation au 1^{er} juin 2011 de Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de Parfums et Cosmétiques en Russie. Ces évolutions du périmètre de consolidation ont un effet positif de 4 points sur la variation du chiffre d'affaires annuel.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 14 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2011	2010	2009
Euro	26	28	30
Dollar US	27	27	27
Yen	8	9	10
Hong Kong dollar	6	6	5
Autres devises	33	30	28
Total	100	100	100

La ventilation des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro et du yen japonais baisse de 2 et 1 point et s'établit respectivement à 26 % et 8 %, le poids du dollar reste stable à 27 % et le poids des autres devises augmente de 3 points à 39 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2011	2010	2009
France	12	13	14
Europe (hors France)	21	21	21
États-Unis	22	23	23
Japon	8	9	10
Asie (hors Japon)	27	25	23
Autres marchés	10	9	9
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse de 1 point du poids relatif dans les ventes du Groupe de la France, des États-Unis et du Japon, respectivement à 12 %, 22 % et 8 %. L'Europe (hors France) reste stable à 21 % tandis que l'Asie (hors Japon) et les autres marchés progressent respectivement de 2 et 1 point pour atteindre 27 % et 10 %.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Vins et Spiritueux	3 524	3 261	2 740
Mode et Maroquinerie	8 712	7 581	6 302
Parfums et Cosmétiques	3 195	3 076	2 741
Montres et Joaillerie	1 949	985	764
Distribution sélective	6 436	5 378	4 533
Autres activités et éliminations	(157)	39	(27)
Total	23 659	20 320	17 053

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie sensiblement suite à la consolidation sur les derniers mois de l'année 2011 de Bulgari dans les Montres et Joaillerie dont la part augmente de 3 points à 8 %. Les parts des Vins et Spiritueux et des Parfums et Cosmétiques baissent respectivement de 1 et 2 points, pour s'établir à 15 % et 13 % tandis que les parts de la Mode et Maroquinerie et de la Distribution sélective restent stables à respectivement 37 % et 27 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 8 % en données publiées. Impactées par un effet de change et un effet périmètre négatif de 2 points, les ventes du groupe d'activités sont en hausse de 10 % à taux de change et périmètre comparables. La capacité des marques du Groupe à tirer profit de la reprise de la consommation a permis de relancer les ventes tout en améliorant le mix produit en ligne avec la stratégie de valeur. Cette forte reprise des ventes se confirme notamment dans les pays asiatiques où la demande

est très dynamique. La Chine reste le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 16 %, pour 15 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités est toujours dominée par l'exceptionnelle dynamique de Louis Vuitton qui enregistre une croissance de ses ventes à deux chiffres. Céline, Loewe, Givenchy, Fendi, Donna Karan et Marc Jacobs confirment leur potentiel et réalisent sur l'année 2011 des croissances également à deux chiffres.

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 9 % à taux de change et périmètre comparables et de 4 % en données publiées. Toutes les marques ont enregistré de bonnes performances. Ce rebond confirme l'efficacité de la stratégie de valeur fermement maintenue par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles engendrées sur les marchés par la crise économique. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a sensiblement augmenté son chiffre d'affaires aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 23 % à taux de change et périmètre comparables, et de 98 % en données publiées. L'effet périmètre positif lié à l'intégration de Bulgari depuis le 30 juin 2011 est de 72 %. L'effet de restockage des détaillants et la reprise de la demande des clients favorisent la relance des ventes. L'Asie et les États-Unis constituent, pour l'ensemble des marques, les zones les plus dynamiques.

La croissance publiée des ventes des activités de Distribution sélective est de 20 %, et de 19 % à taux de change et périmètre comparables. L'effet de change négatif est plus que compensé par l'effet périmètre positif lié à l'intégration de l'enseigne de distribution russe de parfums et cosmétiques Ile de Beauté. La performance est tirée à la fois par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement dans toutes les régions du monde et par DFS qui réalise une excellente progression, portée tout particulièrement par le développement continu du tourisme chinois dont bénéficient ses implantations à Hong Kong, Macao et Singapour.

1.1.2. Résultat opérationnel courant

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Ventes	23 659	20 320	17 053
Coût des ventes	(8 092)	(7 184)	(6 164)
Marge brute	15 567	13 136	10 889
Charges commerciales	(8 360)	(7 098)	(6 051)
Charges administratives	(1 944)	(1 717)	(1 486)
Résultat opérationnel courant	5 263	4 321	3 352
Taux de marge opérationnelle <i>(en %)</i>	22	21	20

La marge brute du Groupe s'élève à 15 567 millions d'euros, en hausse de 19 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 66 %, en hausse de 1 point grâce notamment à la maîtrise des coûts de revient des produits vendus.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 8 360 millions d'euros, sont en hausse de 18 % en données publiées et de 14 % à taux de change et périmètre comparables. Cette augmentation provient principalement du renforcement des investissements en communication des principales marques, mais aussi du développement des réseaux de distribution. Néanmoins, le niveau de ces charges reste stable en pourcentage des ventes et s'établit à 35 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 12 % des ventes et sont en augmentation de 16 % à taux de change et périmètre comparables.

L'implantation géographique des magasins évolue comme présentée ci-après :

<i>(en nombre)</i>	2011	2010	2009
France	390	364	353
Europe (hors France)	883	646	620
États-Unis	621	570	531
Japon	360	303	307
Asie (hors Japon)	621	518	470
Autres marchés	165	144	142
Total	3 040	2 545	2 423

À noter l'augmentation sensible du nombre de magasins en 2011, en partie liée à l'intégration de Bulgari et Ile de Beauté.

Les charges administratives sont de 1 944 millions d'euros, en hausse de 13 % en données publiées, et de 12 % à taux de change et périmètre comparables. Elles représentent 8 % des ventes et restent stables par rapport à 2010.

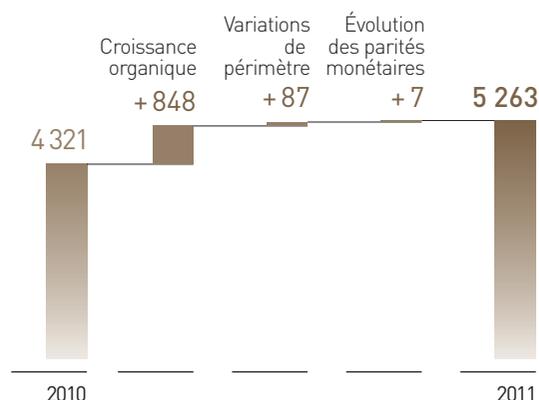
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Vins et Spiritueux	1 101	930	760
Mode et Maroquinerie	3 075	2 555	1 986
Parfums et Cosmétiques	348	332	291
Montres et Joaillerie	265	128	63
Distribution sélective	716	536	388
Autres activités et éliminations	(242)	(160)	(136)
Total	5 263	4 321	3 352

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 5 263 millions d'euros, en hausse de 22 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à 22 %, en hausse de 1 point par rapport à 2010.

Évolution du résultat opérationnel courant ^(a)

(en millions d'euros)



(a) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les résultats opérationnels courants des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 29.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à l'exercice précédent, est positif de 7 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 commerciale du Groupe aux différentes devises ; l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone Euro. À devises, effets de couverture de change et périmètre constants, la hausse du résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 20 %.

Vins et Spiritueux

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	3 524	3 261	2 740
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 101	930	760
Taux de marge opérationnelle (en %)	31	29	28

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 101 millions d'euros, en hausse de 18 % par rapport à 2010. Cette performance résulte à la fois de l'augmentation des ventes en volume mais également d'un mix produit et mix pays favorables. La maîtrise des coûts ainsi que l'effet positif des variations monétaires sur les résultats de cette activité ont permis de compenser le renforcement des investissements publi-promotionnels ciblés sur les marchés stratégiques. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de cette activité progresse de 2 points à 31 %.

Mode et Maroquinerie

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	8 712	7 581	6 302
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	3 075	2 555	1 986
Taux de marge opérationnelle (en %)	35	34	32

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 3 075 millions d'euros, en croissance de 20 %. Louis Vuitton enregistre une forte hausse de son résultat opérationnel courant, tandis que Fendi, Céline, Loewe et Donna Karan confirment leur dynamique de croissance rentable. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 1 point et s'établit à 35 %.

Parfums et Cosmétiques

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	3 195	3 076	2 741
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	348	332	291
Taux de marge opérationnelle (en %)	11	11	11

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 348 millions d'euros, en hausse de 5 % par rapport à 2010 (et de 8 % retraité de la sortie de La Brosse et Dupont en 2010). Cette hausse est tirée par Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy qui améliorent leur résultat, grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités reste stable à 11 %.

Montres et Joaillerie

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	1 949	985	764
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	265	128	63
Taux de marge opérationnelle (en %)	14	13	8

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie présente un doublement de son résultat opérationnel courant pour atteindre 265 millions d'euros. Cette forte augmentation provient à la fois de l'intégration du résultat de Bulgari mais également de l'amélioration de la profitabilité. Le taux de marge opérationnelle sur ventes augmente de 1 point et s'élève à 14 %.

Distribution sélective

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	6 436	5 378	4 533
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	716	536	388
Taux de marge opérationnelle (en %)	11	10	9

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 716 millions d'euros en hausse de 34 % par rapport à 2010. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités Distribution sélective dans son ensemble progresse d'1 point et s'établit à 11 %.

Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations s'établit à -242 millions d'euros, en baisse par

rapport à 2010. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média ainsi que les yachts Royal Van Lent.

1.1.3. Autres éléments du compte de résultat

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Résultat opérationnel courant	5 263	4 321	3 352
Autres produits et charges	(109)	(152)	(191)
Résultat opérationnel	5 154	4 169	3 161
Résultat financier	(242)	612	(342)
Impôts sur les bénéfices	(1 453)	(1 469)	(849)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	6	7	3
Résultat net avant part des minoritaires	3 465	3 319	1 973
Part des minoritaires	(400)	(287)	(218)
Résultat net, part du Groupe	3 065	3 032	1 755

Les Autres produits et charges opérationnels s'établissent à - 109 millions d'euros contre - 152 millions d'euros en 2010. Ils incluent 40 millions d'euros de coûts de réorganisations commerciales ou industrielles ; le solde est constitué à hauteur de 73 millions d'euros d'amortissements et dépréciations d'immobilisations incorporelles.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 5 154 millions d'euros, en hausse de 24 % par rapport à 2010.

Le résultat financier de l'exercice s'établit à -242 millions d'euros ; il était positif de 612 millions d'euros en 2010.

Le coût global de la dette financière nette est stable, à 151 millions d'euros. Le Groupe a bénéficié d'une baisse du coût

moyen de financement et d'une meilleure rentabilité de ses placements, venant compenser la progression de l'encours moyen de la dette financière nette.

Les autres produits et charges financiers sont négatifs de 91 millions d'euros, à comparer à un montant positif de 763 millions d'euros en 2010. Les dividendes reçus, de 54 millions en 2011 et de 14 millions en 2010, sont en forte progression ; ils reflètent l'investissement de 2010 dans Hermès. Le coût financier des opérations de change a un effet négatif de 105 millions d'euros contre 96 millions d'euros en 2010. Le résultat de la gestion des investissements, placements et autres instruments financiers est de - 11 millions d'euros en 2011 ; il était positif de 865 millions d'euros en 2010, en raison d'un gain de 1 004 millions d'euros lié aux opérations Hermès, enregistré lors du dénouement de contrats d'*equity linked swaps*. Les autres charges financières sont de 29 millions d'euros en 2011 contre 20 millions d'euros en 2010.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 30 % contre 31 % en 2010.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence en 2011 est de 6 millions d'euros, elle s'établissait à 7 millions d'euros en 2010.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 400 millions d'euros contre 287 millions d'euros en 2010 ; il s'agit principalement des minoritaires de Moët Hennessy et DFS, dont la progression reflète la hausse des résultats de ces entités.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 3 065 millions d'euros, en hausse de 1 % par rapport à 2010 ; hors effets de l'opération Hermès en 2010, la progression du résultat net part du Groupe en 2011 est de 34 %. Il représente 13 % des ventes en 2011 contre 11 % en 2010 hors effets Hermès.

Commentaires sur les effets de l'évolution des parités monétaires et des variations de périmètre

Les effets de l'évolution des parités monétaires sont déterminés par conversion des comptes de la période des filiales ayant une monnaie fonctionnelle autre que l'euro aux taux de change de l'exercice précédent, sans prise en compte de l'impact des dérivés de change sur le résultat opérationnel courant, dénoués ou non sur l'exercice.

Les effets des variations de périmètre sont déterminés en déduisant :

- pour les acquisitions de l'exercice, les ventes réalisées durant l'exercice par les entités acquises, à compter de leur entrée en consolidation ;
- pour les acquisitions de l'exercice précédent, les ventes de l'exercice réalisées au cours des mois durant lesquels les entités acquises n'étaient pas consolidées lors de l'exercice précédent, et en ajoutant :
- pour les cessions de l'exercice, les ventes de l'exercice précédent réalisées au cours des mois durant lesquels les entités cédées ne sont plus consolidées durant l'exercice ;
- pour les cessions de l'exercice précédent, les ventes réalisées durant l'exercice précédent par les entités cédées.

Le retraitement du résultat opérationnel courant s'effectue selon les mêmes principes.

1.2. Vins et Spiritueux

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	3 524	3 261	2 740
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	55,5	55,2	48,4
Cognac	63,5	59,8	54,6
Autres spiritueux	14,1	12,4	12,3
Vins tranquilles et pétillants	41,8	39,9	36,2
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	9	9
Europe (hors France)	22	24	25
États-Unis	23	26	26
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	26	23	22
Autres marchés	15	12	12
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 101	930	760
Marge opérationnelle (en %)	31,2	28,5	27,7
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	159	83	98

L'activité **Vins et Spiritueux** réalise en 2011 une croissance organique de ses ventes de 10 %. Son résultat opérationnel courant progresse de 18 %. En ayant maintenu une stratégie de valeur pendant la période difficile de 2009, le groupe d'activités bénéficie pleinement de la reprise de la demande. Les ventes en volume progressent de 5 % (à périmètre comparable) pour l'ensemble des marques de champagne ; elles sont en hausse de 6 % pour le cognac Hennessy. L'amélioration du mix produits et une politique ferme de hausse de prix contribuent également aux excellents résultats.

Champagne et Vins

Moët & Chandon confirme son dynamisme et consolide sa position de leader mondial du champagne. La marque déploie avec succès *Moët Ice Impérial*, premier champagne élaboré pour une dégustation avec des glaçons. Rendant hommage à l'implantation historique de la marque présente en Chine depuis 1843, la montgolfière Moët & Chandon a pris son envol au départ de Pékin pour un tour du monde qu'elle poursuivra en 2012.

Dom Pérignon est en très forte croissance dans la plupart des régions. Cette excellente performance se fonde sur le succès sans précédent du millésime 2002, unanimement salué par les consommateurs et les prescripteurs. Une nouvelle campagne de publicité signée par David Lynch souligne l'engagement de la marque dans la création de champagnes exclusivement millésimés.

Synonyme de convivialité et d'authenticité, **Mercier** continue à renforcer sa présence dans la restauration traditionnelle et prépare une nouvelle édition de son guide des *Lieux de Toujours*, incluant un volet digital.

Les ventes de **Ruinart**, dont la stratégie s'oriente en priorité sur le développement des cuvées de prestige, enregistrent des progressions très significatives, plus particulièrement en Europe de l'Ouest et sur le marché américain. Deux nouveaux millésimes *Dom Ruinart 2002* et *Dom Ruinart Rosé 1998* ont été lancés en fin d'année.

Veuve Clicquot confirme le succès de sa stratégie de création de valeur à travers des innovations toujours plus nombreuses. *Veuve Clicquot Rosé* enregistre d'excellents résultats et s'impose comme le second pilier de la marque après le *Brut Carte Jaune*. La Maison consolide ses positions en Europe et connaît des progressions très significatives sur de nouveaux marchés comme l'Australie, le Brésil et l'Argentine.

Krug fait preuve d'une excellente dynamique en Europe comme en Asie et poursuit son redéploiement aux États-Unis. Fidèle à ses racines centrées sur les notions de partage et de générosité, la marque invente le concept des « Lieux éphémères » qui surprend le public à New York, Los Angeles, Paris, Milan...

Estates & Wines, qui regroupe les vins pétillants et tranquilles de Moët Hennessy, est en croissance solide. Chandon réalise de fortes avancées, en particulier en Amérique du Sud et en Asie, et Terrazas de los Andes (Argentine) et Cloudy Bay (Nouvelle Zélande) enregistrent de bonnes progressions sur leurs marchés clés.

Au sommet de la hiérarchie des vins de Sauternes, **Château d'Yquem** réalise en 2011 une belle performance à la hauteur de sa notoriété. La gamme des millésimes proposés à la vente offre une palette aromatique très large, appréciée partout dans le monde, en particulier par le marché asiatique.

Château Cheval Blanc inaugure son nouveau chai, conçu par Christian de Portzamparc. Réalisée en juillet 2011, la mise en marché du millésime 2010 en primeur a rencontré un grand succès avec de nouveaux records de prix.

Cognac et Spiritueux

Le cognac **Hennessy** poursuit sa forte dynamique avec une croissance en volume de 6 %. Les qualités supérieures enregistrent des avancées particulièrement rapides. Avec des plus hauts historiques jamais atteints, la marque conforte sa position de leader mondial du cognac en volume comme en valeur.

L'Asie constitue le principal moteur de croissance de Hennessy. La progression est à deux chiffres sur l'ensemble de ses qualités, notamment en Chine et au Vietnam. Aux États-Unis, Hennessy maintient un niveau élevé de ventes en volume dans un environnement économique encore difficile. Des signes de reprise encourageants sont apparus au second semestre. Avec *Fine de Cognac*, Hennessy renforce sa position en Europe. En Russie, une nouvelle structure commerciale intégralement détenue par Moët Hennessy est mise en place.

Au-delà de ses territoires historiques, Hennessy poursuit sa stratégie de conquête des marchés émergents comme le Mexique, le Nigeria, l'Afrique du Sud et l'Europe Centrale.

Les whiskies single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg** accélèrent leur développement. La nouvelle campagne de communication

Glenmorangie «Unnecessarily well made», («Exagérément bien fait») a eu un fort impact. Ardbeg continue de s'affirmer comme la référence absolue des malts élaborés sur l'île d'Islay.

La vodka **Belvedere** réalise une année de forte croissance aux États-Unis et gagne des parts de marché hors des frontières américaines. Le succès des lancements de *Belvedere Bloody Mary* et *Belvedere Unfiltered* a contribué au développement rapide de la marque à travers le monde.

Perspectives

Dans un contexte d'une reprise confirmée de la demande dans les pays historiques et d'une montée en puissance de nombreux

marchés émergents, le groupe d'activités Vins et Spiritueux maintiendra une stratégie de valeur, s'appuyant notamment sur des investissements importants en communication et sur une politique de prix soutenus. En Champagne et à Cognac, cette stratégie s'accompagnera d'un objectif de hausse maîtrisée des volumes. Tout en maintenant une gestion rigoureuse des coûts, elle reste fondée prioritairement sur l'innovation, le renforcement de la désirabilité des marques et la puissance du réseau de distribution. Porté par des équipes ambitieuses et expérimentées et par l'excellence des produits, le groupe d'activités a en main les meilleurs atouts pour poursuivre une croissance rentable et pour renforcer la position de leader dont jouit LVMH dans l'univers des vins et spiritueux de prestige.

1.3. Mode et Maroquinerie

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	8 712	7 581	6 302
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	20	21	21
États-Unis	18	18	18
Japon	14	16	18
Asie (hors Japon)	32	30	28
Autres marchés	8	7	7
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	51	52	50
Ventes de gros	42	41	42
Licences	7	7	8
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	3 075	2 555	1 986
Marge opérationnelle (en %)	35,3	33,7	31,5
Nombre de magasins	1 246	1 188	1 164
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	437	370	263

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de ses ventes de 16%. Son résultat opérationnel courant s'établit en hausse de 20%.

Louis Vuitton

Porté par l'exceptionnelle créativité de ses produits et par son savoir-faire artisanal de premier plan, Louis Vuitton enregistre année après année une croissance régulière et soutenue. Avec une nouvelle progression à deux chiffres de ses ventes, la marque poursuit sa belle trajectoire et accentue son leadership dans le secteur du luxe. Cette performance continue de s'accompagner d'un haut niveau de rentabilité, témoignant de l'attractivité et de la visibilité encore renforcées de la marque et de la grande réactivité de son organisation. En quête de la meilleure qualité,

d'exclusivité et d'un service unique, les clients fidèles se reconnaissent dans les valeurs de Louis Vuitton. Les nouvelles clientèles de plus en plus nombreuses en provenance d'Asie et d'Amérique du Sud contribuent également au formidable développement de la marque. Les progressions sont particulièrement remarquables en Europe, aux États-Unis et en Asie. L'activité a bien résisté au Japon malgré les événements dramatiques ayant frappé le pays en mars.

Toutes les catégories de produits contribuent à la performance exceptionnelle de Louis Vuitton. En maroquinerie, la collection historique *Damier* enregistre toujours une avancée rapide ; la nouvelle ligne *Empreinte* en cuir souple connaît une hausse soutenue. Les capacités de production ont été renforcées avec en particulier l'ouverture d'un nouvel atelier de fabrication à Marsaz dans la Drôme. Dans le domaine de la distribution, les inaugurations de la Maison de Milan Via Montenapoleone et celle de Singapour Marina Bay, bâtie sur une île, constituent les temps forts de l'année.

Dans la continuité de 2010, sophistication et personnalisation font partie des mots d'ordre, situant plus que jamais le client au cœur de la stratégie. La nouvelle ligne de Haute Maroquinerie entièrement personnalisable en est une belle illustration avec, à la clé pour le client, le plaisir d'un vaste choix et l'émotion de posséder un modèle unique. L'année a vu la montée en puissance de la marque dans l'univers du cuir. Après le lancement l'an dernier de la ligne en cuir souple *Empreinte*, un pas de plus est aujourd'hui franchi avec le façonnage de cuirs précieux comme le crocodile, le python ou l'autruche qui s'affirment dans les collections. Louis Vuitton poursuit une stratégie de maîtrise des savoir-faire d'excellence avec l'acquisition en 2011 de la tannerie de cuirs exotiques Heng Long et de La Fabrique du Temps, atelier de Haute Horlogerie situé en Suisse.

Innovation continue et volonté de cultiver la différence, ces ambitions se reflètent dans la stratégie de communication. Angelina Jolie comme nouvelle personnalité iconique de la campagne institutionnelle, nouveau site Internet pour une invitation à un voyage accessible aux quatre coins du monde... En outre, une exposition-hommage à l'histoire de la marque au Musée national de Chine et l'ouverture à Tokyo dans le magasin d'Omotesando d'un espace dédié à l'art contemporain sont parmi les initiatives de l'année qui illustrent les liens solides entretenus par la marque avec le monde de la culture et de l'art.

Fendi

Portée par une image forte et des produits icônes valorisés par un réseau toujours plus qualitatif, Fendi confirme sa belle dynamique avec un nouveau record historique de ses ventes et de sa rentabilité. Toutes les catégories de produits enregistrent de fortes croissances de leurs ventes. La ligne *Peekaboo*, reflet du savoir-faire haut de gamme de la Maison, continue de s'affirmer comme une référence.

Fendi réalise de belles avancées sur tous ses territoires avec des performances particulièrement remarquables en Chine. Le marché japonais bénéficie d'une bonne reprise sur la deuxième partie de l'année.

Pour mettre en lumière l'artisanat et la créativité, valeurs fondamentales de la Maison italienne, Fendi a créé et décliné à travers le monde un concept d'événements « Fatto a mano for the Future » qui réunit artisans, artistes et designers.

Autres marques

Donna Karan enregistre une nouvelle année de croissance solide de ses ventes et de son résultat. La ligne de luxe *Collection*, récemment enrichie avec l'introduction d'une déclinaison *Casual*, réalise d'excellentes performances. Les bons résultats de la collection d'accessoires de sa ligne DKNY témoignent de la réussite de son évolution créative stratégique. La reprise anticipée en direct de la licence DKNY Jeans pour le continent américain renforcera le contrôle sur une activité emblématique de la marque et ouvrira de nouvelles opportunités de développement.

Marc Jacobs réalise une avancée rapide à laquelle contribue l'ensemble des zones géographiques. Le créateur, récompensé en 2011 pour la dixième fois par le CFDA « Council of Fashion Designers of America », a de nouveau créé l'événement lors de ses défilés, salués par la presse internationale. Les modèles de sa ligne *Collection* éponyme rencontrent un vif succès et la seconde ligne *Marc by Marc Jacobs* tire profit d'une sophistication accrue. La marque continue d'étendre sa présence sur les marchés à fort potentiel.

Loewe enregistre une très forte croissance de ses ventes et une nette amélioration de sa rentabilité. Les accessoires Homme confirment leur fort potentiel. Tous les marchés progressent fortement, avec la Chine en tête. Les rénovations de magasins se poursuivent, adoptant le concept développé par l'architecte Peter Marino.

Céline réalise une performance remarquable en 2011 avec un niveau record de ventes et de profit. Portée par le succès des collections créées par Phoebe Philo, cette dynamique exceptionnelle s'exprime dans l'ensemble des zones géographiques et des catégories de produits. La maroquinerie affiche une belle croissance et le prêt-à-porter affirme avec force l'identité de la marque à travers ses éléments de modernité iconique, d'intemporalité et de qualité. Céline entame la rénovation et l'expansion qualitative de son réseau de magasins.

Kenzo se concentre sur son repositionnement autour des codes originaux de la marque, désormais incarnée par le nouveau duo créatif Humberto Leon et Carol Lim.

Givenchy poursuit ses avancées et enregistre de belles progressions dans l'ensemble de ses métiers. La bonne dynamique des collections de prêt-à-porter femme confirme le succès du renouveau créatif de la Maison. En forte croissance, les lignes de maroquinerie affirment leur statut d'icône. Le prêt-à-porter homme recueille les fruits du repositionnement des collections, réalisant d'excellentes performances en Chine et aux États-Unis.

Fort du succès de ses lignes de chemises au chic très britannique, **Thomas Pink** enregistre une croissance soutenue de ses ventes et introduit un nouveau concept de magasins en revisitant l'atmosphère de la célèbre boutique londonienne de Jermyn Street.

Pucci bénéficie du recentrage de ses collections puisant dans la force des fondamentaux de la Maison. Les récents développements des collections de prêt-à-porter et d'accessoires ont reçu un excellent accueil.

Berluti affirme son statut de Maison exclusivement masculine, alliant savoir-faire, tradition et modernité. La marque confie sa direction artistique à Alessandro Sartori et aborde un nouveau territoire, le prêt-à-porter, dont la première collection a reçu un excellent accueil. Berluti se concentre en outre sur l'expansion de son réseau de magasins en propre et reprend le contrôle de sa distribution en Chine et à Hong Kong.

Perspectives

Louis Vuitton poursuivra en 2012 sa dynamique d'innovation en accentuant son image haut de gamme, en renforçant l'univers du cuir et en déployant les services de personnalisation. L'année verra les premières implantations de la marque dans des villes nouvelles en Chine et au Brésil. De nouveaux territoires seront inaugurés comme la Barbade ou le Kazakhstan. Une boutique dédiée à la haute joaillerie et un atelier d'artisans joailliers seront inaugurés à Paris sur la mythique place Vendôme.

Fendi se concentrera sur l'expansion qualitative de son réseau de distribution de façon à accroître significativement la visibilité de la marque à travers des magasins plus spacieux, mettant en valeur son offre orientée sur le haut de gamme. Les magasins de New Bond Street à Londres, Avenue Montaigne à Paris et Canton Road à Hong Kong seront parmi les projets majeurs de 2012.

Portées par l'élan créatif qui les anime, les **autres marques** poursuivront en 2012 leur développement dans les marchés à fort potentiel. Elles continueront d'affirmer leur identité forte et différenciante pour construire une croissance solide. La créativité, l'excellence et le savoir-faire des équipes viendront renforcer la cohérence de leurs modèles de développement.

1.4. Parfums et Cosmétiques

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	3 195	3 076	2 741
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	49	48	53
Maquillage	34	34	28
Produits de soins	17	18	19
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	10	14	17
Europe (hors France)	37	39	39
États-Unis	9	8	8
Japon	6	6	7
Asie (hors Japon)	22	18	16
Autres marchés	16	15	13
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	348	332	291
Marge opérationnelle (en %)	10,9	10,8	10,6
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	150	104	99
Nombre de magasins	85	75	65

Le groupe d'activités **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de ses ventes de 9 %. Son résultat opérationnel courant s'établit en hausse de 8 % (à périmètre comparable) dans un contexte d'investissements commerciaux et publicitaires soutenus. La variation de périmètre correspond à la cession de l'activité de La Brosse et Dupont à la fin de 2010. L'ensemble des marques tire parti de la forte dynamique des marchés asiatique et américain. L'Europe, malgré un environnement contrasté en fin d'année, contribue également à leur progression.

Parfums Christian Dior confirme en 2011 sa bonne dynamique sur un marché mondial très concurrentiel. D'importants investissements média ont soutenu les valeurs d'excellence et de créativité de la marque en liaison toujours étroite avec la Couture.

Avec une croissance supérieure à celle du marché, l'axe parfum poursuit une belle avancée portée par la vitalité exceptionnelle de ses lignes phares. *J'adore* continue de gagner des parts de marché dans tous les pays. Ce grand classique renforce significativement son leadership sur le marché français. Premier parfum de la Maison créé par Monsieur Dior en 1947, *Miss Dior* réalise d'excellentes performances. Les parfums masculins *Dior Homme* et *Eau Sauvage* enregistrent des progressions soutenues. Dior conforte également sa position de Maison de Haute Parfumerie avec le développement international de la *Collection Privée Christian Dior*, signée par François Demachy, parfumeur-créateur de la Maison.

Le maquillage connaît une croissance solide grâce à la bonne performance de ses lignes phares. Le nouveau rouge à lèvres *Dior Addict Lipstick* enregistre un succès historique avec une

place de leader sur la majorité des marchés quelques mois après son lancement. Le relancement réussi de *Diorskin Forever* dynamise la performance de l'axe stratégique du teint tandis que les nouvelles couleurs de vernis, directement inspirées de la Haute Couture, poursuivent de formidables avancées.

Dans le domaine du soin, le sérum nouvelle génération *Capture One Essential* connaît une croissance significative en Asie et la nouvelle ligne premium *Prestige* est déployée avec succès en Europe.

Guerlain atteint un nouveau record de ventes et de résultat. La marque se concentre sur le développement de ses zones géographiques prioritaires, notamment l'Asie et la France où elle continue de gagner des parts de marché. *Shalimar* enrichit son offre d'une nouvelle déclinaison et renforce ses positions, se hissant parmi les cinq parfums les plus vendus sur le marché français. L'axe soin demeure très dynamique, porté en particulier par la ligne premium *Orchidée Impériale*. Dans le domaine du maquillage, Guerlain bénéficie de l'excellent accueil du nouveau *Rouge Automatique* et des avancées solides de *Terracotta* et *Lingerie de Peau*.

La Maison Guerlain renforce sa distribution très sélective en ouvrant de nouvelles boutiques en France, au Moyen Orient et en Chine.

Parfums Givenchy enregistre une croissance significative de ses ventes et améliore encore sa rentabilité. Les lignes phares *Very Irresistible* et *Ange ou Démon* réalisent des progressions soutenues. Lancée dans plusieurs pays, la nouvelle fragrance *Dablia Noir*, dont la direction artistique a été assurée par Riccardo Tisci, connaît des débuts prometteurs.

Kenzo Parfums a bénéficié de la vitalité de sa ligne phare *Flower by Kenzo* et du début du déploiement dans quelques pays de la nouvelle *Eau de Parfum Madly Kenzo*.

Fendi Parfums, qui avait repris son activité au second semestre 2010 avec le lancement de *Fan di Fendi*, poursuit son expansion internationale.

Fort d'un positionnement original, **Benefit** continue d'enregistrer une croissance à deux chiffres de ses ventes et maintient un excellent niveau de rentabilité. Parmi ses innovations de l'année, le mascara *They're Real* et la ligne de soin *b.right* rencontrent un grand succès. La marque renforce sa présence en Asie du Sud-Est et connaît des débuts très prometteurs au Brésil.

Make Up For Ever réalise une nouvelle année de croissance exceptionnelle grâce à la qualité de ses produits, plébiscitée par les maquilleurs professionnels. Ses lignes emblématiques *HD* et *Aqua* poursuivent une progression soutenue. La marque a ouvert deux boutiques en propre à Los Angeles et à Paris.

Parfums Loewe démontre une bonne résistance dans son pays d'origine et poursuit son développement à l'international.

Fresh étend sa distribution en Asie. **Acqua di Parma** renforce ses valeurs d'héritage et d'élégance intemporelle à travers une nouvelle communication.

Perspectives

Le groupe d'activités se fixe un nouvel objectif de gains de parts de marché en maintenant une position offensive en termes d'innovation et d'investissements publicitaires.

Parfums Christian Dior continuera d'affirmer son statut de Maison de Haute Parfumerie en renforçant les lignes stars, soutenues par d'importants investissements en communication. Ses nouvelles égéries contribueront à accroître la désirabilité de la marque en liaison avec la Haute Couture.

Guerlain lancera en 2012 un nouveau parfum féminin. Le réseau de boutiques en propre poursuivra son expansion. Seront entamés les travaux d'agrandissement et de rénovation de sa Maison des Champs-Élysées pour une ré-ouverture prévue en 2013.

Parfums Givenchy poursuivra le déploiement mondial de *Dablia Noir*. Une déclinaison sport de *Play pour Homme* sera également lancée.

L'actualité de **Kenzo Parfums** sera dominée par le développement mondial de sa fragrance *Madly Kenzo*.

Fendi Parfums poursuivra son expansion internationale, en particulier en Europe de l'Est.

Benefit concentrera ses efforts sur l'Asie tout en continuant de renforcer ses parts de marché en Europe et aux États-Unis.

Make Up For Ever vise à nouveau une croissance forte dans toutes ses zones géographiques, soutenue par une forte dynamique d'innovation et de communication.

1.5. Montres et Joaillerie

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	1 949	985	764
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	8	9
Europe (hors France)	26	25	27
États-Unis	13	17	18
Japon	14	12	12
Asie (hors Japon)	26	21	17
Autres marchés	14	17	17
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	265	128	63
Marge opérationnelle (en %)	13,6	13,0	8,2
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	117	36	23
Nombre de magasins	327^(a)	122	114

(a) Dont 170 magasins supplémentaires venant de l'intégration de Bulgari.

Le groupe d'activités **Montres et Joaillerie** réalise une croissance organique de ses ventes de 23 % en 2011. Le résultat opérationnel courant a doublé sous l'effet de la progression de 41 % du résultat de l'activité à périmètre comparable et de l'intégration de Bulgari depuis le 30 juin 2011.

TAG Heuer réalise en 2011 de nouveaux records de ventes et de rentabilité. La marque enregistre une forte croissance organique de ses ventes sur l'ensemble de ses marchés avec des performances particulièrement remarquables en Chine et en Corée.

TAG Heuer célèbre son savoir-faire unique dans la maîtrise de la vitesse et de la précision à travers le lancement du *Mikrograph 100* et du *Mikrotimer Flying 1000*, entièrement développés et fabriqués dans sa Manufacture. La marque poursuit l'extension de son réseau de magasins, en propre et en franchise, et compte désormais près de 130 magasins dans le monde. TAG Heuer renforce en outre son industrialisation comme en témoigne la montée en puissance de la production

en interne de son mouvement automatique, le *Calibre 1887*. Son intégration industrielle sur d'autres composants stratégiques se poursuit avec l'acquisition d'ArteCad, un acteur suisse majeur dans l'approvisionnement en cadrans de montres. Présent également dans la fabrication de boîtiers à travers Cortech, TAG Heuer s'affirme dans la production de mouvements mécaniques, de boîtiers et de cadrans.

Hublot accélère son développement sur tous les fronts et réalise en 2011 une belle performance. L'année a été marquée par de nombreuses innovations de premier plan avec une nouvelle collection dédiée aux montres à complications *Masterpieces* et la mise au point d'une nouvelle matière inrayable, le *Magic Gold*. La marque a renforcé ses capacités de fabrication de mouvements horlogers et maîtrise désormais l'intégralité de la production de son mouvement chronographe *UNICO* et des mécanismes de Grandes Complications à forte valeur ajoutée. L'intégration stratégique de savoir-faire technologique s'est en outre intensifiée avec la construction d'une unité de fabrication de microcomposants horlogers, d'une fonderie pour la production des pièces en *Magic Gold*, et le rachat de Profusion, entreprise spécialisée dans la maîtrise de la fibre de carbone. Hublot a doublé le nombre de ses magasins dans le monde pour atteindre un réseau de 40 boutiques fin 2011.

La Manufacture **Zenith** a consolidé sa progression en 2011 et confirmé son statut d'étoile montante dans le monde très fermé des montres de prestige. Le renouvellement complet des collections s'est achevé autour de ses cinq lignes emblématiques. La marque enregistre une forte croissance en Asie et l'extension sélective du réseau de magasins se poursuit dans les marchés à fort potentiel, avec notamment l'ouverture d'une boutique à Hong Kong et à Genève.

La Maison **Bulgari** connaît en 2011 une forte croissance de ses ventes dans toutes ses catégories de produits, tant au sein de ses propres boutiques que dans les autres canaux de distribution.

L'exposition exceptionnelle « Bulgari, 125 ans de magnificence italienne » organisée à Paris et à Pékin a rendu hommage au patrimoine joaillier et culturel de la Maison.

Symbole parmi les plus puissants de la Maison dès les années 1950, le thème *Serpenti* est au cœur de la communication

et des innovations en joaillerie, horlogerie et maroquinerie. Fortes d'un design reconnaissable, de la richesse des pierres précieuses et du savoir-faire des artisans de la Maison, les collections reçoivent un excellent accueil, au-delà des attentes. Le segment des parfums bénéficie du succès des lancements de la nouvelle eau de toilette *Bulgari MAN* et de l'eau de parfum *Mon Jasmin Noir*. Les programmes d'embellissement et d'agrandissement des magasins contribuent à la montée en gamme du réseau.

Chez **Chaumet**, de nouvelles créations de montres joaillères viennent enrichir les collections *Bee my love* et *Attrape-moi si tu m'aimes*. Après son implantation à Pékin et Shanghai, Chaumet continue de développer fortement sa présence en Chine.

Les **Montres Dior** poursuivent leur montée en gamme avec le lancement de la collection *Dior VIII* et des séries limitées *Grand Bal*. Cette stratégie s'accompagne d'une sélectivité toujours plus forte du réseau de distribution.

De Beers s'affirme comme la référence sur le segment du diamant solitaire et continue d'enregistrer une forte croissance de son activité sur ses différents marchés, en particulier en Asie avec le succès de l'ouverture à Pékin de son premier magasin en Chine.

1.6. Distribution sélective

	2011	2010	2009
Ventes (en millions d'euros)	6 436	5 378	4 533
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	20	22	24
Europe (hors France)	10	8	10
États-Unis	36	37	37
Japon	2	2	2
Asie (hors Japon)	26	24	20
Autres marchés	6	7	7
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	716	536	388
Marge opérationnelle (en %)	11,1	10,0	8,6
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	215	196	181
Nombre de magasins			
Sephora	1 300 ^(a)	1 070	986
Autres	68	76	89

(a) Dont 125 magasins supplémentaires venant de l'intégration de Ile de Beauté.

L'activité **Distribution sélective** enregistre en 2011 une croissance organique de ses ventes de 19%. Son résultat opérationnel courant progresse de 34%.

Fred poursuit une croissance ciblée en France et au Japon avec un travail continu sur ses lignes iconiques *Force 10* et *Success*. Le joaillier célèbre 75 ans de création au travers de la collection *Pain de Sucre*.

Perspectives

Les tendances favorables enregistrées au cours des derniers mois de 2011, dans un environnement économique pourtant dégradé, laissent entrevoir des perspectives encourageantes pour 2012. Toutes les marques du groupe d'activités se concentreront sur le renforcement de leur image et de leur visibilité au sein des marchés les plus prometteurs en maintenant des investissements marketing soutenus. Elles s'attacheront également à poursuivre l'expansion de leur réseau de distribution, notamment en Asie avec une attention particulière consacrée à la Chine. Les marques maintiendront un contrôle rigoureux de leurs coûts tout en accentuant les synergies au sein du Groupe. Les investissements seront ciblés sur le développement des capacités industrielles pour la production de mouvements horlogers, en ligne avec la stratégie d'intégration verticale poursuivie. Enfin, toutes les marques lanceront de nouvelles collections, reflétant leur volonté continue de créativité, de savoir-faire et de haute qualité.

DFS connaît une année de forte croissance en termes de ventes et de résultat, portée par l'expansion continue du tourisme asiatique. La clientèle chinoise poursuit sa montée en puissance tandis que le raffermissement du Yen bénéficie aux voyageurs japonais. La progression des nouvelles clientèles en provenance de Corée, du Moyen-Orient et de l'Inde a également contribué à cette belle performance. Les destinations de Hong Kong et de Macao enregistrent des avancées rapides tandis que celles d'Amérique du Nord et de la zone Pacifique se renforcent.

DFS reste concentré sur sa stratégie de montée en gamme et poursuit ses investissements dédiés à l'expansion et à la rénovation de ses *Galleries* stratégiques. La rénovation du magasin de Waikiki à Hawaï a été achevée en 2011 et les travaux d'agrandissement et d'embellissement se poursuivent à Singapour Scottswalk et Macao. **DFS** renforce l'attractivité de ses magasins en proposant une offre diversifiée et enrichie avec de nouvelles marques de luxe.

Miami Cruiseline enregistre une solide progression de ses ventes, tirée par la mise en service de navires de grande capacité, disposant d'espaces commerciaux plus importants. La hausse des dépenses des voyageurs contribue également à la bonne performance. Avec le développement d'une nouvelle clientèle internationale, originaire d'Europe et d'Amérique Latine, **Miami Cruiseline** recueille les fruits de sa stratégie de différenciation tant en terme d'approche commerciale que d'offre produits, adaptées aux spécificités de la clientèle de chaque compagnie de croisière.

Sephora réalise des performances remarquables avec des gains de parts de marché dans toutes ses zones d'implantation. Unique acteur global de la distribution sélective de parfums et cosmétiques, Sephora continue d'offrir dans ses magasins une expérience unique en proposant une offre innovante associée à une palette de services exclusifs. Le développement des programmes de fidélisation a été activement poursuivi dans l'ensemble des régions. Au 31 décembre 2011, l'enseigne dispose d'un réseau de 1 300 magasins dans 26 pays.

Sephora accroît encore son leadership en France et étend son réseau de magasins tout en poursuivant une politique d'innovation ambitieuse dans le domaine des services. Dans un contexte économique contrasté, Sephora progresse dans les autres pays d'Europe et renforce sa présence en Russie, portant sa participation à 65 % dans le capital de la chaîne Ile de Beauté.

La forte dynamique de croissance se poursuit en Amérique du Nord. Le nouveau magasin phare de New York au cœur du Meatpacking regroupe les dernières innovations de premier plan de l'enseigne avec en particulier un système de paiement mobile qui permet de régler ses achats directement auprès d'un conseiller.

Sephora accélère sa croissance en Chine et poursuit ses gains de parts de marché. Un nouveau concept de magasin accompagne la montée en gamme du réseau. L'enseigne crée l'événement en étant partenaire du programme télévisé à succès « Beauty Academy » qui révèle les nouveaux talents de l'art du maquillage.

Son développement se poursuit au Moyen-Orient et en Asie du Sud-Est avec deux nouveaux magasins à Kuala Lumpur en Malaisie. Sephora aborde un nouveau territoire avec l'inauguration de deux magasins au Mexique.

Les ventes en ligne continuent de progresser fortement en France, aux États-Unis, au Brésil et en Chine.

Lieu d'exception et de prestige, **Le Bon Marché** enregistre une belle progression de son activité, portée par les secteurs du luxe

et de la mode. Le grand magasin parisien de la Rive Gauche bénéficie également de la hausse des achats de la clientèle étrangère, dont le poids dans les ventes totales a sensiblement augmenté. L'achèvement de l'espace « souliers femme » et le réaménagement du rez-de-chaussée contribuent à la croissance. Le Bon Marché prépare de nouveaux développements ambitieux avec, en particulier, une extension de sa surface de vente de plus de 4 000 m².

Perspectives

DFS continuera de bénéficier en 2012 de la montée en puissance des clientèles asiatiques et concentrera ses efforts sur la montée en gamme de ses magasins dans l'ensemble des destinations. La marque poursuivra le développement de ses programmes de marketing et de services. L'ouverture du magasin de Hong Kong Hysan portera à trois le nombre de *Galleries* sur ce territoire à fort potentiel tandis que les travaux de rénovation et d'agrandissement s'achèveront à Macao. DFS sera attentif à toutes les opportunités de diversification de sa clientèle.

Miami Cruiseline poursuivra le développement de son offre en s'attachant à l'adapter à la clientèle et aux itinéraires de chaque compagnie afin de tirer le meilleur parti de l'internationalisation du marché des croisières.

Sephora poursuivra sa politique dynamique d'expansion dans les marchés clés avec l'ouverture de magasins phares. L'enseigne se développera sur de nouveaux territoires, comme la Scandinavie, et étendra sa présence en Amérique du Sud en ouvrant notamment des magasins au Brésil. Sephora développera sa stratégie tournée vers le client et concentrera ses efforts sur l'innovation dans l'offre et les services.

Premier grand magasin créé dans le monde, **Le Bon Marché** célébrera en 2012 ses 160 ans. L'extension de l'espace homme se poursuivra et le magasin entamera un programme de rénovation sur plusieurs années incluant la Grande Épicerie de Paris.

1.7. Commentaires sur le bilan consolidé

(en milliards d'euros)	2011	2010	Variation
Immobilisations corp. et incorporelles	26,5	20,9	5,6
Autres actifs non courants	7,3	5,1	2,2
Actifs non courants	33,8	26,0	7,8
Stocks	7,5	6,0	1,5
Autres actifs courants	5,8	5,2	0,6
Actifs courants	13,3	11,2	2,1
Actif	47,1	37,2	9,9

(en milliards d'euros)	2011	2010	Variation
Capitaux propres	23,5	18,2	5,3
Passifs non courants	14,0	11,9	2,1
Capitaux permanents	37,5	30,1	7,4
Dette financière à moins d'un an	3,1	1,8	1,3
Autres passifs courants	6,5	5,3	1,2
Passifs courants	9,6	7,1	2,5
Passif	47,1	37,2	9,9

L'augmentation sensible des actifs non courants par rapport au 31 décembre 2010 résulte principalement de la consolidation de Bulgari en 2011. Les actifs non courants s'établissent ainsi à 72 % du total du bilan, à comparer à 70 % à fin 2010.

Les immobilisations corporelles et incorporelles progressent de 5,6 milliards d'euros, dont 4,2 au titre des entrées de périmètre de l'exercice. Il s'agit notamment de Bulgari, dont la marque a été évaluée à titre provisoire à 2,1 milliards d'euros, l'écart d'acquisition s'élevant à 1,5 milliard d'euros. Les investissements de l'année, nets des dotations aux amortissements, représentent une augmentation de 1 milliard d'euros, montant commenté dans le cadre des variations de trésorerie.

Les autres actifs non courants augmentent de 2,2 milliards d'euros, en raison principalement de l'augmentation de la valeur boursière de l'investissement dans Hermès International et d'acquisitions complémentaires de titres sur le marché. À la clôture, la participation de 22,4 % dans Hermès représente un montant de 5,4 milliards d'euros.

Les stocks progressent de 1,5 milliard d'euros. Les stocks des entités acquises en 2011, principalement Bulgari, contribuent pour 0,7 milliard d'euros à cette progression ; le solde résulte de la croissance des activités du Groupe.

Les passifs non courants évoluent de 11,9 milliards fin 2010 à 14 milliards fin 2011 en raison de l'enregistrement de l'impôt différé passif relatif à la marque Bulgari, pour 0,7 milliard d'euros, de la progression de la dette financière nette à plus d'un an, pour 0,7 milliard d'euros, et de l'augmentation des engagements d'achat de titres de minoritaires, pour 0,5 milliard d'euros.

Les autres passifs courants progressent de 1,2 milliard d'euros par rapport à fin 2010, reflétant la croissance des activités du Groupe.

Le ratio dette financière nette sur capitaux propres, de 19,8 % au 31 décembre 2011, progresse de 5,1 points. Cette évolution provient de la progression de 2 milliards d'euros de la dette financière nette, et de celle des capitaux propres de 5,3 milliards d'euros.

Le total des capitaux propres s'établit à 23,5 milliards d'euros à fin 2011, en hausse de 29 %. Cette forte progression reflète principalement les éléments suivants : l'augmentation de capital réservée de LVMH SA, de 2,2 milliards d'euros, destinée à rémunérer l'apport des titres Bulgari par les actionnaires familiaux ; la forte réévaluation de certains actifs détenus par le Groupe, en particulier sa participation dans Hermès dont la valeur de marché a augmenté de 1,7 milliard d'euros sur l'exercice ; elle reflète enfin les bons résultats du Groupe, distribués en partie seulement. Au 31 décembre 2011, le total des capitaux propres représente 50 % du total du bilan, pourcentage stable par rapport à 2010.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin 2011 à 7,1 milliards d'euros. Des émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 2,7 milliards d'euros. LVMH a notamment procédé en avril à une émission obligataire publique en euros, comportant deux tranches, à 4 et 7 ans, d'un montant nominal de 500 millions d'euros chacune. Le Groupe a eu recours également à des placements privés pour un montant total de 0,2 milliard d'euros. L'encours de billets de trésorerie a par ailleurs progressé de 1,3 milliard d'euros sur l'année 2011. À l'inverse, des emprunts et des dettes financières ont été amortis au cours de l'exercice pour un montant de 1 milliard d'euros, notamment au travers du remboursement de divers emprunts obligataires pour un total de 0,8 milliard d'euros. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent en fin d'exercice à 2,3 milliards d'euros, quasi stables par rapport au niveau atteint au 31 décembre 2010.

À fin 2011, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 3,4 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2011 atteint 1,6 milliard d'euros.

<i>(en milliards d'euros)</i>	2011	2010	Variation
Dette financière à plus d'un an	4,1	3,4	0,7
Dette financière à moins d'un an et instruments dérivés	3,0	1,8	1,2
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	7,1	5,2	1,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie, et placements financiers	(2,4)	(2,5)	0,1
Dette financière nette	4,7	2,7	2,0
Capitaux propres	23,5	18,2	5,3
Ratio dette financière nette/ Capitaux propres	19,8%	14,7%	5,1%

1.8. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée

(en millions d'euros)	2011	2010	Variation
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	6 137	4 848	1 289
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(152)	(149)	(3)
Impôt payé	(1 544)	(897)	(647)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt	4 441	3 802	639
Variation du besoin en fonds de roulement	(534)	247	(781)
Investissements d'exploitation	(1 730)	(976)	(754)
Cash flow disponible	2 177	3 073	(896)
Investissements financiers	(1 286)	(1 715)	429
Opérations en capital	(2 572)	(1 020)	(1 552)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	(1 681)	338	(2 019)

La capacité d'autofinancement générée par l'activité, à 6 137 millions d'euros, progresse de 27 % par rapport aux 4 848 millions enregistrés un an plus tôt. Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 4 441 millions d'euros, soit une augmentation de 17 % par rapport à l'exercice 2010.

Les intérêts payés, à 152 millions d'euros, sont en légère augmentation par rapport aux 149 millions d'euros payés en 2010, les effets de la progression de la dette financière nette au cours de l'année ayant été compensés par la baisse des taux sur les emprunts et une meilleure rémunération de la trésorerie disponible.

Les impôts payés atteignent 1 544 millions d'euros, en hausse sensible par rapport aux 897 millions décaissés l'an dernier, en raison de la progression du résultat imposable et d'un cadencement différent pour le paiement des acomptes.

Le besoin en fonds de roulement progresse de 534 millions d'euros. L'augmentation des stocks, notamment dans les Vins et Spiritueux, la Mode et Maroquinerie et la Distribution sélective, génère des besoins de trésorerie de 768 millions d'euros, partiellement compensés par l'augmentation du poste fournisseurs, de 331 millions d'euros, principalement dans les groupes d'activités Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, effets liés à la croissance des activités, notamment lors de la période des fêtes de fin d'année.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent en 2011 un débours de trésorerie de 1 730 millions d'euros, contre 976 millions d'euros un an plus tôt, constitués principalement d'investissements immobiliers affectés à l'exploitation commerciale ou locative, des investissements de Louis Vuitton, DFS et Sephora dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux des maisons de

champagne et de Parfums Christian Dior dans leurs outils de production, reflétant la dynamique de développement du Groupe.

Les investissements financiers constituent en 2011 un emploi à hauteur de 1 286 millions d'euros, contre 1 715 millions en 2010. Ce montant résulte, à hauteur de 785 millions d'euros, des acquisitions et cessions de titres consolidés réalisées durant l'exercice, qui comprennent notamment, pour 616 millions d'euros, l'acquisition de titres Bulgari sur le marché au cours du premier trimestre, nette de la trésorerie acquise, et pour 43 millions d'euros l'acquisition de Heng Long, société basée à Singapour, spécialiste du tannage et de la finition des cuirs de crocodile. Les acquisitions d'investissements financiers, nettes des cessions, s'élèvent à 501 millions d'euros, dont 447 millions d'euros consacrés à l'augmentation de la participation dans Hermès International.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 2 572 millions d'euros. Ce montant correspond, pour 1 453 millions d'euros, à l'acquisition de titres de minoritaires Bulgari dans le cadre de l'offre publique d'achat lancée au second semestre mais n'inclut pas la quote-part de l'acquisition de Bulgari rémunérée par l'augmentation de capital de LVMH SA. À cela s'ajoutent les dividendes versés au cours de l'exercice par LVMH SA, hors actions auto-détenues, de 1 069 millions d'euros dont 671 au titre du solde du dividende 2010 et 398 à titre d'acompte pour l'exercice 2011.

Les besoins de financement, après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, se sont ainsi élevés à 1 681 millions d'euros, proches de la variation de la trésorerie issue des opérations de financement, qui s'établit à 1 660 millions d'euros. Le niveau de trésorerie en fin d'exercice est stable par rapport au 31 décembre 2010.

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

2.1. Risques stratégiques et opérationnels

2.1.1. Image et notoriété du Groupe

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. La notoriété des marques repose sur la qualité et l'exclusivité des produits et de leurs modes de distribution, ainsi que sur les politiques de communication et de promotion mises en œuvre. Des produits ou une politique de communication en inadéquation avec l'image des marques, des comportements inappropriés des personnes représentant les marques, ainsi que la circulation dans les médias d'informations préjudiciables pourraient affecter la notoriété des marques et entraîner un effet défavorable sur les ventes. La valeur nette des marques et écarts d'acquisition inscrits au bilan du Groupe au 31 décembre 2011 s'élève à 17,9 milliards d'euros.

La vigilance de LVMH à l'égard de l'utilisation inappropriée par des tiers du nom de ses marques est extrême, dans le monde physique aussi bien que digital. Cette vigilance s'exerce notamment via l'enregistrement systématique des marques et noms de produits, que ce soit en France ou dans les autres pays, d'une communication visant à limiter le risque de confusion entre les marques LVMH et des marques de même nom, et d'une veille constante associée, le cas échéant, à des recours juridiques. Les actions menées par le Groupe visant à la mise en place d'un cadre juridique adapté au monde digital, qui permette d'établir les responsabilités des différents acteurs, font partie intégrante de cette vigilance.

En outre, le Groupe soutient et développe la notoriété de ses marques en collaborant avec des professionnels réputés et innovants dans leur domaine (Direction Artistique, Œnologie, Recherche en cosmétiques...), en impliquant le management au plus haut niveau dans les orientations stratégiques (collections, politiques de distribution, de communication), en respectant et mettant en avant la personnalité de chaque marque. Les collaborateurs de LVMH à tous les niveaux sont sensibilisés au respect de règles éthiques diffusées dans le Groupe. Enfin, afin de se prémunir contre le risque lié à la mise en cause publique du Groupe ou de l'une de ses marques, LVMH effectue une veille média constante, et maintient en permanence un dispositif de gestion de crise.

2.1.2. Contrefaçon et réseaux de distribution parallèles

Les marques, savoir-faire et méthodes de production du Groupe peuvent être contrefaits ou copiés ; les produits du Groupe, notamment les articles de maroquinerie et les parfums et cosmétiques peuvent être distribués, en dehors de la volonté de LVMH, dans des réseaux de distribution parallèles, y compris les réseaux de vente sur Internet.

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.

Pour agir contre la contrefaçon des produits, outre la protection systématique des marques et noms de produits mentionnée plus haut, des plans d'actions ont été développés, ayant pour objectif une collaboration étroite, dans les pays concernés, avec les autorités gouvernementales, les douanes, les avocats spécialistes de ces questions, et les acteurs du monde digital que LVMH sensibilise aux conséquences néfastes de la contrefaçon. 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.

En dehors de l'Union européenne, LVMH n'est pas soumis à des contraintes juridiques de nature à entraver sa politique de distribution sélective, ou à restreindre ses moyens de recours à l'encontre de tiers distribuant sans agrément les produits du Groupe. Au sein de l'Union européenne, le droit de la concurrence vise dans son principe à garantir une stricte égalité de traitement aux différents acteurs, notamment dans le domaine de la distribution, constituant potentiellement une entrave aux sociétés refusant de distribuer leurs produits en dehors d'un réseau de distributeurs agréés. Toutefois, le Règlement européen de 1999 n° 2790/1999 sur les restrictions verticales, en autorisant le recours à la distribution sélective, a instauré une exemption à ce principe général, dans le cadre de laquelle LVMH exerce ses activités, offrant ainsi une protection accrue à nos clients. L'exemption a été confirmée en avril 2010, lors du renouvellement du Règlement de 1999, et étendue aux ventes par Internet. Cette protection juridique donne au groupe LVMH des moyens supplémentaires de lutte contre la contrefaçon et la distribution parallèle de ses produits, lutte qui s'exerce dans le monde tant physique que digital.

La lutte contre la contrefaçon a généré en 2011 des coûts, internes et externes, de 26 millions d'euros environ.

2.1.3. Obligations contractuelles

Dans le cadre de ses activités, le Groupe s'engage envers ses partenaires et notamment certains de ses fournisseurs sur des périodes pluri-annuelles (contrats de locations et de concessions, de distribution, d'approvisionnement en particulier). En cas d'interruption de ces contrats avant leur échéance, des indemnités sont généralement prévues au contrat qui représenteraient une charge sans contrepartie immédiate. Le montant total des engagements minimum pris par le Groupe au titre des contrats pluri-annuels de location,

de concessions et d'approvisionnement s'élève à 6,3 milliards d'euros au 31 décembre 2011 ; ces engagements sont détaillés dans les Notes 29.1 et 29.2 de l'annexe aux comptes consolidés. Il n'existe cependant aucun contrat, pris individuellement, dont l'interruption serait de nature à entraîner des coûts significatifs au niveau du Groupe.

La conclusion de contrats engageant le Groupe sur des périodes pluri-annuelles fait l'objet d'un processus d'approbation au sein des Maisons, à un niveau adapté à l'importance des enjeux financiers et opérationnels. Les contrats sont revus par les services juridiques, en liaison avec les courtiers d'assurances.

En outre, le Groupe s'est engagé envers ses partenaires dans certaines activités à acquérir les participations que ceux-ci détiennent dans les activités concernées s'ils en font la demande, selon une formule de prix contractuelle. Cet engagement, évalué à 4,2 milliards d'euros au 31 décembre 2011, est enregistré au bilan du Groupe, en Autres passifs non courants (voir Note 19 de l'annexe aux comptes consolidés).

Le Groupe s'est également engagé vis-à-vis de certains des actionnaires de ses filiales à distribuer un montant minimum de dividendes, sous réserve que la filiale dispose d'un montant suffisant de trésorerie. Ceci concerne notamment les activités DFS et Moët Hennessy, dont le montant de dividendes minimum est fixé contractuellement à 50 % du résultat consolidé de ces entités.

2.1.4. Exposition internationale du Groupe

Les risques et incertitudes liés à une présence internationale sont de diverses natures. Il s'agit de l'évolution du pouvoir d'achat de la clientèle, ou de la valeur des actifs d'exploitation localisés à l'étranger ; il s'agit aussi des évolutions économiques qui ne sont pas nécessairement simultanées d'une zone à l'autre ; il s'agit enfin des réglementations en matière de droit des sociétés, de fiscalité, de droits de douane ou restrictions à l'importation que peuvent imposer certains pays, et qui le cas échéant peuvent être pénalisantes pour le Groupe.

Afin de se prémunir contre les risques liés au non-respect par méconnaissance d'une évolution de la réglementation, le Groupe met en œuvre un dispositif de veille réglementaire dans toutes ses régions d'implantation.

Le Groupe est peu implanté dans des zones instables politiquement, les cadres législatifs et réglementaires des principaux pays d'implantation du Groupe étant bien établis. En outre, il importe de souligner que l'activité est répartie principalement sur trois zones géographiques et monétaires : l'Asie, l'Europe occidentale, et les États-Unis, ce qui compense en partie l'exposition aux risques développés ici.

Enfin, le Groupe participe activement aux discussions globales relatives tant aux négociations d'accès aux marchés qu'aux accords libéralisant l'accès des touristes des pays tiers à l'Union européenne.

2.1.5. Sécurité du consommateur

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

Au-delà de la sécurité industrielle, les sociétés du Groupe s'attachent à renforcer la sécurité et la traçabilité des produits afin d'augmenter la capacité d'anticipation et de réactivité en cas de rappel de produits.

L'activité Vins et Spiritueux est soumise sur l'ensemble de ses marchés à de nombreuses réglementations visant à informer et protéger les personnes contre les risques liés à une consommation excessive de l'alcool. Outre les réglementations transversales, encadrant notamment la promotion des produits, leurs lieux de vente et de consommation, des réglementations spécifiques s'adressent à des publics particuliers : personnes mineures, femmes enceintes, salariés sur leur lieu de travail. Au-delà du respect de ces réglementations, Moët Hennessy, de façon récurrente, développe une politique d'information et de prévention des risques liés à une consommation immodérée par la mise en place d'actions en faveur d'une consommation maîtrisée, selon les spécificités culturelles de ses marchés et dans un souci pédagogique constant, les cibles étant les consommateurs, les visiteurs de ses sites de production et de réception, ainsi que ses salariés.

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.

2.1.6. 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 % pour l'ensemble des activités, à l'exception des Vins et Spiritueux, et des Montres et Joaillerie, pour lesquels elle se situe entre 35 % et 40 %. Des événements imprévisibles sur les derniers mois de l'année peuvent ainsi affecter sensiblement le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

2.1.7. Approvisionnements et compétences stratégiques

L'attractivité des produits du Groupe repose sur la disponibilité de certaines matières premières, en quantité suffisante mais aussi qualitativement, ces produits devant répondre aux critères de qualité exigés par le Groupe. Il s'agit notamment des approvisionnements en raisins et eaux-de-vie dans le cadre des activités des Vins et Spiritueux, en cuirs, toiles et fourrures dans le cadre des activités Mode et Maroquinerie, mais aussi en composants horlogers, pierres et métaux précieux pour les activités Montres et Joaillerie. Afin de s'assurer des approvisionnements correspondant à ses exigences, le Groupe

met en place des partenariats privilégiés avec les fournisseurs concernés. Tout en inscrivant dans la durée ce type de partenariats, le Groupe est constamment à la recherche de nouveaux fournisseurs pouvant répondre à ses exigences. À titre d'illustration, une évaluation du risque de défaillance des fournisseurs a été menée et des bonnes pratiques échangées, conduisant notamment à mettre en place des politiques de dédoublement des approvisionnements pour les produits stratégiques dans les Parfums et Cosmétiques.

En complément, pour certaines ressources rares, ou dont la mise au point requiert un savoir-faire spécifique, tels les cuirs précieux, ou les composants de haute horlogerie, le Groupe poursuit, ponctuellement, une stratégie d'intégration verticale.

Concernant les approvisionnements et la sous-traitance, voir également la partie *Activités* du Document de référence.

En outre, les métiers de LVMH requièrent des compétences particulières, par exemple dans le domaine de la maroquinerie ou de l'horlogerie. Afin de garantir la pérennité de ces savoir-faire, LVMH mène des actions en faveur de la formation et de la sauvegarde de ces métiers, indispensables à la qualité de ses produits.

2.1.8. Systèmes d'information

Le Groupe est exposé au risque de défaillance de ses systèmes d'information, suite à un dysfonctionnement ou à une malveillance. La matérialisation de ce risque peut entraîner la perte ou la corruption de données sensibles, telles des informations relatives aux produits, aux clients, aux données financières. Un tel risque peut également se traduire par une indisponibilité partielle ou totale de certains systèmes, désorganisant les processus concernés. Afin de se prémunir contre ce risque, le Groupe met en œuvre une architecture décentralisée pour éviter toute propagation de risque. Par l'intermédiaire de son réseau de Responsables sécurité des systèmes d'information, le Groupe continue de mettre en place un ensemble de mesures permettant d'assurer la protection des

2.2. Politique d'assurance

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 de plans de secours et continuité sur le plan international ;
- un dispositif global de financement des risques visant à réduire les conséquences d'événements majeurs sur la situation financière du Groupe ;
- l'optimisation et la coordination des programmes d'assurances mondiaux et centralisés.

La politique de couverture des risques du groupe LVMH s'appuie principalement sur le transfert de ses risques aux marchés de l'assurance à des conditions financières

raisonnables, dans le cadre de l'offre disponible sur ces marchés en termes de nature, de garanties et de limites de couverture. Les limites des couvertures d'assurance résultent soit d'une quantification du sinistre maximum possible, soit des contraintes imposées par le marché de l'assurance.

2.1.9. Risques industriels et environnementaux

Dans le cadre de ses activités de production et de stockage, le Groupe est exposé à la survenance de sinistres tels que les incendies, les dégâts des eaux, ou les catastrophes naturelles.

Les risques environnementaux ainsi que les mesures prises pour assurer la conformité de l'activité aux dispositions législatives et réglementaires sont présentés de manière détaillée dans la partie *LVMH et l'environnement* du Rapport de gestion du Conseil d'administration.

Pour identifier, analyser et traiter les risques industriels et environnementaux, le Groupe s'appuie sur l'action combinée de compétences externes et de professionnels qualifiés au sein des sociétés du Groupe – notamment les responsables sécurité, qualité ou environnement. La définition et la mise en œuvre de la politique de maîtrise de ces risques sont réunies au sein de la Direction financière.

La protection des actifs du groupe LVMH s'inscrit dans une politique de prévention appliquant les normes de sécurité les plus élevées (Norme incendie NFPA). En concertation avec ses assureurs, LVMH adopte l'approche dite RHP (Risques Hautement Protégés) dont le but est de réduire de manière significative le risque d'incendie et pertes d'exploitation consécutives. L'amélioration continue de la qualité de la prévention des risques est un critère important pris en compte par les assureurs dans l'appréciation de ces risques et, par voie de conséquence, dans l'octroi de garanties étendues et compétitives.

Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux ; dans ce cadre, environ cent jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2011.

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

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 soit d'une quantification du sinistre maximum possible, soit 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 de programmes d'assurance supportés par les sociétés du Groupe sont inférieurs à 0,22 % du chiffre d'affaires consolidé.

La solidité financière des partenaires assureurs du Groupe est régulièrement vérifiée, et si nécessaire un assureur est remplacé par un autre.

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, crédit, responsabilité civile et retrait de produits.

2.2.1. Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation

La plupart des activités industrielles du Groupe sont couvertes dans le cadre d'un programme mondial consolidé d'assurance de dommages aux biens et de pertes d'exploitation consécutives.

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 limite de garantie de ce programme est de 1,7 milliard d'euros par sinistre, ce montant ayant été déterminé à la suite d'une mise à jour en 2011 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, ont été augmentées à 100 millions d'euros par sinistre et 200 millions d'euros par an. Suite à une étude de modélisation du risque tremblement de terre au Japon réalisée en 2009, une garantie spécifique de 150 millions d'euros a été prise pour ce risque. Ces niveaux sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.

2.2.2. Assurance transport

L'ensemble des entités opérationnelles du Groupe sont couvertes par un contrat d'assurance transport « Stock et Transit ».

2.3. Risques financiers

2.3.1. Risque de crédit

En raison de la nature des activités, une part importante des ventes réalisées par le Groupe ne donne pas lieu à un 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 Montres et Joaillerie ; cette part représente approximativement 63 % des ventes de 2011.

En outre, pour les ventes non comprises dans ce chiffre, il n'existe pas de 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. Le risque client est assuré de manière très satisfaisante, les demandes de couverture de crédit auprès des assureurs sont satisfaites à environ 94 % au 31 décembre 2011.

2.3.2. Risque de contrepartie

La crise financière de ces dernières années a modifié sensiblement le paysage bancaire mondial et nécessite un contrôle accru et dynamique du risque de contrepartie,

La limite de garantie du programme est de 60 millions d'euros et correspond au risque maximal pour les transports en cours à un instant donné.

2.2.3. Assurance 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 atteintes à l'environnement en base accidentelle et graduelle ainsi que les dommages environnementaux (Directive 2004/35 CE) sont couverts dans le cadre de ce programme.

Dans les pays où les accidents du travail ne sont pas couverts par des 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.

2.2.4. Couverture des risques spéciaux

La couverture des risques politiques, la responsabilité civile des mandataires sociaux, la couverture des actes de fraude et malveillance, le risque crédit client, des actes de terrorisme, des risques de pertes ou corruptions de données informatiques, ou risques liés à l'environnement sont assurées par des polices dédiées au niveau mondial ou local.

auquel le Groupe est exposé. La diversification des risques est un objectif important. Une attention particulière est portée aux expositions des contreparties bancaires aux risques financiers et souverains, ainsi qu'à leur notation qui doit refléter des signatures de premières catégories.

Le risque de contrepartie bancaire est suivi de façon régulière et globale, ceci étant facilité par la centralisation de la gestion des risques.

2.3.3. Risque de change

Une part prépondérante des ventes du Groupe est réalisée dans des monnaies autres que l'euro, en particulier le dollar US (ou devises liées au dollar US telles qu'entre autres le dollar de Hong Kong et le yuan chinois) 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 le montant de ces 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. Une analyse de sensibilité du résultat net à la variation des principales devises auxquelles est exposé le Groupe ainsi que les niveaux de couverture des flux prévisionnels 2012 pour les principales devises de facturation sont détaillés dans la Note 21.5 de l'annexe aux comptes consolidés.

La détention d'actifs substantiels en devises (principalement en dollar US et en franc suisse) est également créatrice d'un risque de change patrimonial. Ce risque de change peut être couvert de manière totale ou partielle par l'utilisation d'emprunts ou d'instruments à terme dans la devise de l'actif. Une analyse de l'exposition du Groupe au risque de change patrimonial est présentée dans la Note 21.5 de l'annexe aux comptes consolidés pour les principales devises concernées.

2.3.4. Risque de taux d'intérêt

L'exposition du Groupe au risque de taux peut être évaluée par le montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 4,7 milliards d'euros environ au 31 décembre 2011. Après effet des instruments dérivés, la dette financière brute est à hauteur de 42 % à taux fixe et à hauteur de 58 % à taux variable. Une analyse de la dette financière par échéance et nature de taux ainsi qu'une analyse de la sensibilité du coût de la dette financière nette aux variations de taux d'intérêt sont présentées dans les Notes 17.4 et 17.6 de l'annexe aux comptes consolidés.

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 franc suisse, yen japonais et dollar US).

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

2.3.5. Risque des marchés actions

L'exposition du Groupe au risque des marchés actions est d'une part 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 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.

Le Groupe détient une participation de 22,4 % dans Hermès International SCA. D'autres titres cotés peuvent être détenus par certains des fonds dans lesquels le Groupe a investi, voire directement parmi les investissements financiers ou les placements financiers.

Le Groupe peut utiliser des produits dérivés pour gérer ses positions, avec notamment pour objectif de réduire la sensibilité de la position à la variation des cours de bourse.

Ainsi, des *equity swaps* sur l'action LVMH permettent de couvrir les plans de rémunération liés au cours de l'action LVMH dénouables en numéraire. Les produits dérivés peuvent aussi être utilisés pour construire synthétiquement une position acheteuse.

2.3.6. Risque des marchés matières premières

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas, afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place, soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles futures d'alliages avec des affineurs, ou le prix de produits semi-finis avec des producteurs, soit en direct par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or.

2.3.7. 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 à moins d'un an, avant prise en compte des instruments dérivés, nette de la trésorerie et équivalents, soit 0,8 milliard à fin 2011, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 1,6 milliard d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,4 milliards d'euros.

La liquidité du Groupe résulte ainsi de l'ampleur de ses placements, de l'existence de 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.

Par ailleurs, comme il est d'usage, la marge exigible sur les tirages effectués sur certaines lignes de crédit long terme dépend de la notation du Groupe par l'agence Standard & Poor's. Au 31 décembre 2011, aucun tirage relevant de ce dispositif n'était réalisé. En outre, la mise en œuvre de ces clauses, si elle devait intervenir, n'aurait pas d'impact significatif sur la trésorerie du Groupe.

Les contrats d'emprunts et dettes financières ne sont assortis d'aucune clause non standard susceptible d'en modifier significativement les conditions.

La ventilation des passifs financiers par échéance contractuelle est présentée dans la Note 21.7 de l'annexe aux comptes consolidés.

2.3.8. 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 destinée principalement à limiter l'impact négatif des fluctuations des monnaies ou des taux d'intérêts sur son activité ou ses investissements.

Cette gestion est pour l'essentiel centralisée au niveau de la société mère et de la Centrale de Trésorerie Groupe.

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 séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (trésorerie et 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 très rapide des opérations.

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.

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 et la flexibilité financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - l'accroissement sensible des capitaux propres : les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une nette progression de 29 % et atteignent 23,5 milliards d'euros fin 2011, contre 18,2 milliards un an auparavant. Cette amélioration résulte de l'augmentation de capital réalisée en rémunération de l'apport de titres Bulgari par ses actionnaires familiaux, ainsi que de l'ampleur du résultat net réalisé en 2011 et de la variation positive des écarts de réévaluation et de conversion, et ce malgré le versement d'un dividende en hausse sensible.
 - l'accroissement raisonnable de l'endettement net : la progression de la dette financière nette à fin 2011, à 4,7 milliards d'euros contre 2,7 milliards un an auparavant, dans un contexte d'acquisition de Bulgari et de renforcement des investissements d'exploitation, est limitée grâce aux fonds générés par l'exploitation au cours de l'exercice.
 - l'accès à la liquidité du Groupe grâce notamment au programme de Billets de Trésorerie, apprécié des investisseurs, et bénéficiant de conditions attractives.
 - le maintien à un niveau important des placements de trésorerie et équivalents de trésorerie auprès de contreparties bancaires diversifiées et de premier rang : la trésorerie a bénéficié de rendements attractifs auprès de signatures de très bonne qualité, avec un souci constant de suivi dynamique du risque de contrepartie.
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce notamment au renouvellement d'un crédit syndiqué de 5 ans, prévoyant une possibilité d'extension de 2 années supplémentaires, pour un montant de 2 milliards d'euros, et globalement grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées non tirées de 3,4 milliards d'euros au total.
- Une politique prudente de gestion des risques de change et de taux d'intérêt, avec pour objectif principal la couverture des risques générés directement ou indirectement par l'exploitation

et par le patrimoine du Groupe.

Le Groupe a maintenu une position lui permettant de bénéficier de la baisse significative des taux. 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 porté ses fruits dans une année extrêmement volatile. Elle a permis d'obtenir un cours de couverture bien meilleur que le cours moyen de l'année en ce qui concerne le dollar US, et un cours de couverture bien meilleur que celui obtenu en 2010 et proche du cours moyen de l'année en ce qui concerne le yen japonais.

- Une concentration accrue des liquidités du Groupe grâce au développement continu du « cash management » au niveau international, qui assure une fluidité des liquidités à travers le Groupe et permet une gestion centralisée des liquidités. De manière générale, le Groupe pratique une politique d'investissement et de placement diversifiée.

- La stabilité du coût de la dette financière nette qui s'élève à 150 millions d'euros en 2011, contre 151 millions d'euros en 2010.

Malgré l'augmentation de la dette financière brute, cette évolution résulte notamment de la prépondérance de la dette variable dans un contexte de taux bas, mais également de meilleurs rendements des placements de la trésorerie.

- Une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux très bonnes performances de l'année :

- paiement d'un acompte sur le dividende 2011 de 0,80 euro dès décembre 2011 ;

- proposition de versement d'un dividende par action de 2,60 euros au titre de l'exercice (soit un solde de 1,80 euro distribuable en 2012). Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 1 069 millions d'euros au titre de l'année 2011, avant effet des actions auto-détenues.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

4.1. Dépenses de communication et 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 :

Dépenses de communication et promotion :	2011	2010	2009
- en millions d'euros	2 711	2 267	1 809
- en % des ventes	11,5	11,2	10,6

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Frais de recherche et développement	63	46	45

Ces montants couvrent principalement 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 d'exploitation concernent l'amélioration et le développement des réseaux de distribution ainsi que la mise en œuvre des moyens de production adéquats.

Les 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 :

Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles :	2011	2010	2009
- en millions d'euros	1 749	1 002	748
- en % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité	28,5	20,7	19,0

À l'instar des enseignes de la Distribution sélective qui gèrent directement l'ensemble de leurs points de vente, Louis Vuitton assure la distribution de ses produits exclusivement dans ses magasins. 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 magasins en propre ou de franchises pour les activités de vente au détail.

En 2011, outre les acquisitions d'actifs immobiliers, les investissements d'exploitation ont principalement porté sur les points de vente, le réseau total de magasins du Groupe étant porté en 2011 de 2 545 à 3 040 magasins, dont 295 magasins venant de l'intégration des réseaux de Bulgari et Ile de Beauté, et 200 du développement des réseaux de distribution des autres marques. En particulier, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 1 300 magasins à fin 2011 contre 1 070 à fin 2010. DFS prévoit l'ouverture de sa troisième Galleria à Hong Kong en 2012.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, en complément des renouvellements nécessaires de barriques et d'équipements industriels, les investissements de 2011 ont porté également sur l'acquisition de vignobles et d'un site en Champagne accueillant la première tranche d'un projet d'extension des capacités industrielles.

5. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

5.1. Production

Vins et Spiritueux

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

(en hectares)	2011		2010	
	TOTAL	dont en production	TOTAL	dont en production
France				
Appellation Champagne	1 833	1 697	1 816	1 679
Appellation Cognac	245	177	245	180
Vignobles bordelais	253	159	252	159
International				
Californie (États-Unis)	475	345	470	341
Argentine	1 397	878	1 388	879
Australie, Nouvelle-Zélande	525	481	569	530
Brésil	232	75	232	67
Espagne	55	49	55	50

Dans le tableau ci-dessus, le nombre total d'hectares détenus 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, Espagne, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, au Royaume-Uni et en Pologne. L'ensemble représente environ 1 050 000 m² en France et 280 000 m² à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses dix-sept ateliers de fabrication de maroquinerie et souliers qui se trouvent essentiellement en France ; des ateliers importants sont également situés près de Barcelone en Espagne, et à San Dimas en Californie. Les entrepôts sont la propriété de la société en France mais sont en location dans le reste du monde. L'ensemble des ateliers et entrepôts en propriété représente environ 185 000 m².

Fendi est propriétaire de son site de production près de Florence en Italie, ainsi que de son siège social, le Palazzo Fendi, à Rome en Italie.

Céline 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.

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.

Parfums et Cosmétiques

Les installations de Recherche et Développement des activités Parfums et Cosmétiques 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 122 000 m².

Les deux centres de production de Chartres et Orphin en France appartiennent à Guerlain, l'ensemble représentant environ 27 000 m².

Parfums Givenchy possède deux usines en France, à Beauvais et à Vervins, d'une surface totale de 19 000 m², 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 au Royaume-Uni.

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.

Hublot est propriétaire de ses ateliers de production et de ses bureaux.

Bulgari est propriétaire de ses ateliers de production en Italie et en Suisse.

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

5.2. Distribution

La distribution des produits du Groupe est réalisée principalement dans des magasins exclusifs. 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, Sydney, Gênes, Cannes, Saint-Tropez ; l'ensemble représente environ 10 000 m².

Au 31 décembre 2011, le réseau de magasins du Groupe est réparti de la façon suivante :

<i>(en nombre de magasins)</i>	2011	2010	2009
France	390	364	353
Europe (hors France)	883	646	620
États-Unis	621	570	531
Japon	360	303	307
Asie (hors Japon)	621	518	470
Autres marchés	165	144	142
Total	3 040	2 545	2 423

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

Dans la Distribution sélective :

- les enseignes parisiennes du Bon Marché et de Franck et Fils sont propriétaires de leurs magasins, qui représentent des surfaces de vente d'environ 70 000 m² ;
- DFS est propriétaire de ses magasins de Guam, de Saipan et d'Hawaï.

<i>(en nombre de magasins)</i>	2011	2010	2009
Mode et Maroquinerie	1 246	1 188	1 164
Parfums et Cosmétiques	85	75	65
Montres et Joaillerie	327	122	114
Distribution sélective : Sephora	1 300	1 070	986
Autres, dont DFS	68	76	89
	1 368	1 146	1 075
Autres	14	14	5
Total	3 040	2 545	2 423

En 2011, 170 boutiques Bulgari, dans les Montres et Joaillerie, et 125 boutiques Ile de Beauté, dans la Distribution sélective, ont intégré le réseau de distribution du groupe LVMH.

5.3. 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 trois immeubles à New York (environ 26 000 m²) et un immeuble à Osaka (environ 5 000 m²) hébergeant des filiales.

Enfin, le Groupe est propriétaire d'immeubles locatifs, dans le centre de Paris, ainsi qu'à Londres, qui représentent respectivement environ 50 000 m² et 10 000 m².

L'ensemble immobilier utilisé précédemment pour l'exploitation commerciale du grand magasin parisien de la Samaritaine fait l'objet d'un projet de reconversion qui le transformera en un ensemble constitué de bureaux, de commerces et d'un grand hôtel.

6. PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR DES FILIALES

Néant.

7. 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.

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, et de l'arrêt rendu le 26 juin 2007 par la Cour d'appel de Paris, les sociétés concernées du Groupe avaient formé un pourvoi en cassation. En juillet 2008, la Cour de cassation a cassé l'arrêt de la Cour d'appel de Paris et renvoyé l'affaire devant la même juridiction, autrement composée. En novembre 2009, la Cour d'appel a annulé la décision du Conseil de la concurrence en raison de la durée excessive de la procédure. En novembre 2010, la Cour de cassation a cassé l'arrêt de la Cour d'appel et renvoyé l'affaire devant la même juridiction, autrement composée. Le 26 janvier 2012, la Cour d'appel de Paris, tout en confirmant la décision rendue en 2006 par le Conseil de la concurrence à l'encontre des principaux fabricants et distributeurs de parfums et cosmétiques de luxe pour des faits remontant aux années 1997 à 2000, a réduit à 13 millions d'euros le montant global des sanctions pécuniaires infligées aux sociétés du Groupe. Cet arrêt pourrait faire l'objet d'un nouveau pourvoi en cassation.

En 2006, Louis Vuitton Malletier, ainsi que les sociétés françaises de Parfums et Cosmétiques, ont assigné eBay devant le tribunal de commerce de Paris. Louis Vuitton Malletier demandait réparation du préjudice causé par la participation de eBay à la commercialisation de produits de contrefaçon et son refus de mettre en place les procédures appropriées en vue de prévenir la vente de tels produits sur son site. Les marques de Parfums et Cosmétiques poursuivaient eBay pour atteinte à leurs réseaux de distribution sélective. Par jugement du 30 juin 2008, le Tribunal de commerce de Paris a fait droit aux demandes formulées par LVMH, condamnant eBay à verser 19,3 millions d'euros à Louis Vuitton Malletier

et 3,2 millions d'euros aux sociétés de Parfums et Cosmétiques du Groupe. Le Tribunal a également enjoint à eBay de cesser la diffusion d'annonces portant sur des parfums et cosmétiques de marques Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. eBay a interjeté appel du jugement. Par ordonnance du 11 juillet 2008, le Président de la Cour d'appel de Paris a rejeté la demande formée par eBay d'arrêt de l'exécution provisoire ordonnée par le Tribunal de commerce. En septembre 2010, la Cour d'appel de Paris a confirmé la condamnation d'eBay prononcée en 2008, considérant que l'activité de cette société relève du courtage et non du seul hébergement. Se déclarant incompétente pour apprécier le préjudice causé par certains sites étrangers exploités par eBay, la Cour a réduit le montant des dommages et intérêts, à 2,2 millions d'euros pour Louis Vuitton Malletier et 0,7 million d'euros pour les sociétés de Parfums et Cosmétiques du Groupe, le montant initial ayant été déterminé par référence à l'activité mondiale de eBay. eBay a formé un pourvoi en cassation. La Cour de cassation devrait rendre sa décision d'ici à la fin de l'année 2012.

À la suite de l'annonce par LVMH en octobre 2010 de son entrée au capital de la société Hermès International, l'Autorité des marchés financiers a décidé de procéder à une enquête sur le marché et l'information financière des titres Hermès et LVMH. Celle-ci est actuellement en cours.

En janvier 2011, le Tribunal administratif de Paris a annulé l'arrêté ayant accordé en 2007 à la Fondation Louis Vuitton un permis de construire pour l'édification d'un musée d'art moderne et contemporain dans le Bois de Boulogne. La Fondation est financée par les contributions du Groupe dans le cadre de ses activités de mécénat. La Fondation et la Ville de Paris ont fait appel de la décision du Tribunal administratif de Paris. Eu égard au caractère d'intérêt général et d'utilité publique de ce projet, le Parlement a adopté une disposition validant les permis de construire annulés sur le fondement retenu par le Tribunal administratif. Celle-ci fait actuellement l'objet d'un examen par le Conseil constitutionnel.

Il n'existe pas de procédure administrative, judiciaire ou d'arbitrage dont la Société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et/ou du Groupe.

8. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2011 et la date d'arrêtés des comptes par le Conseil d'administration le 2 février 2012.

9. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

Après une année 2011 exceptionnelle, et malgré l'environnement économique incertain en Europe, LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre en 2012 une croissance dynamique dans l'ensemble de ses métiers. Sa stratégie restera centrée sur la mise en valeur de ses marques, portée par une politique soutenue d'innovation, de qualité et d'expansion dans les marchés porteurs.

Fort de la grande réactivité de son organisation et de la bonne répartition entre ses différents métiers et les zones géographiques où il opère, LVMH aborde l'année 2012 avec confiance et se fixe à nouveau comme objectif de renforcer son avance sur le marché mondial du luxe.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

1.	COMMENTAIRES SUR LES COMPTES	52
1.1.	Commentaires sur le bilan	52
1.2.	Changement de présentation du compte de résultat	53
1.3.	Résultats de la société mère et perspectives d'avenir	53
2.	AFFECTATION DU RÉSULTAT	54
3.	ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS – ATTRIBUTIONS D' ACTIONS GRATUITES	55
3.1.	Principaux actionnaires	55
3.2.	Actions détenues par les organes de direction et de contrôle	55
3.3.	Actionnariat des salariés	55
3.4.	Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription	55
3.5.	Attributions d'actions gratuites et d'actions gratuites de performance	58
4.	AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER	60
4.1.	État des délégations et autorisations en cours	60
4.2.	Autorisations proposées à l'Assemblée générale	62
5.	PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS	63
6.	RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX	65
7.	ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES	67
8.	QUESTIONS ADMINISTRATIVES	68
8.1.	Liste des mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration	68
8.2.	Composition du Conseil d'administration	68
8.3.	Fixation du montant des jetons de présence	68
8.4.	Modification des statuts	68
9.	ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D' AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D' OFFRE PUBLIQUE	68

1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA (ci-après « LVMH » ou « la Société ») arrêtés au 31 décembre 2011 ont été établis conformément aux dispositions légales françaises, selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent sous réserve du nouveau format de présentation du compte de résultat (voir Note 1.2).

1.1. Commentaires sur le bilan

1.1.1. Évolution du portefeuille de titres de participation

La valeur brute du portefeuille de participations s'élève à 18,5 milliards d'euros, en hausse de 4,3 milliards d'euros par rapport à fin 2010. Cette évolution provient exclusivement de l'acquisition au cours de l'exercice de la totalité des titres constituant le capital de Bulgari telle que décrite ci-dessous.

Le 5 mars 2011, LVMH a conclu avec la Famille Bulgari un Protocole aux termes duquel celle-ci s'est engagée à lui apporter sa participation majoritaire dans le capital de la société Bulgari, sur la base d'une valeur de l'action Bulgari fixée à 12,25 euros et d'une parité de 0,108 action LVMH pour une action Bulgari, valorisant implicitement l'action LVMH à 113 euros.

Le 30 juin 2011, en application de ce Protocole, le Conseil d'administration de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA a approuvé l'apport de 55 % (48 % après dilution) du capital de Bulgari et, en rémunération de celui-ci, a émis 18 millions d'actions nouvelles, représentant 3,5 % du capital ainsi augmenté.

À la date de prise de contrôle le 30 juin 2011, la participation de LVMH s'élevait à 69,6 % du capital (60,4 % après dilution), soit 210,6 millions d'actions résultant, d'une part, des opérations précitées et, d'autre part, d'acquisitions antérieures sur le marché : 44,2 millions d'actions acquises au cours du premier trimestre 2011.

La société Bulgari étant cotée à la Bourse de Milan (Italie), LVMH a lancé, conformément à la réglementation boursière applicable, subséquemment à l'apport, une offre publique d'achat (OPA) sur la totalité des actions Bulgari détenues par les actionnaires minoritaires, au prix de 12,25 euros par action. Au terme de l'OPA, le 28 septembre 2011, la participation du groupe LVMH dans Bulgari était de 98,09 %, autorisant LVMH à engager une procédure de retrait obligatoire (OPRO) des titres de Bulgari restant en circulation. Au 31 décembre 2011, la participation de LVMH est de 100 %.

En application du Protocole, les actions acquises dans le cadre de l'OPA comprennent 36,8 millions d'actions résultant de la conversion anticipée d'un emprunt obligataire convertible émis en 2009 par Bulgari et 9,5 millions d'actions émises à la suite de l'exercice anticipé d'options de souscription consenties antérieurement à la prise de contrôle par LVMH au bénéfice de dirigeants et salariés de Bulgari.

1.1.2. Structure financière

Au cours de l'exercice 2011, LVMH a procédé à une émission obligataire publique, comportant deux tranches de 500 millions d'euros chacune. Ces émissions sont remboursables *in fine* au pair

en avril 2015 et en avril 2018; les taux d'intérêt effectifs déterminés lors de l'émission sont de, respectivement, 3,47 % et 4,08 %.

En outre, LVMH a émis dans le cadre de placements privés des emprunts obligataires en dollar US rémunérés à taux variable, pour un montant total équivalent à 244 millions d'euros, remboursables en 2013.

LVMH a remboursé les emprunts obligataires suivants au cours de l'exercice : en juin 2011, l'emprunt de 5 milliards de yens émis en 2008 ; en juillet 2011, l'emprunt de 600 millions d'euros émis en 2004 ; en décembre 2011, l'emprunt de 200 millions de francs suisses émis en 2008.

1.1.3. Opérations de couverture

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 des instruments ayant nature de couverture d'actifs nets en devises en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques, tels les titres de participation.

Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation de crédit, et dans un souci de diversification.

1.1.4. Capital social

Au 31 décembre 2011, le capital social d'un montant de 152,3 millions d'euros est constitué de 507 815 624 actions entièrement libérées.

Au cours de l'exercice, 19 432 846 actions ont été émises, dont 18 037 011 actions dans le cadre de l'augmentation de capital réservée du 30 juin 2011 venant en rémunération des titres Bulgari apportés par les actionnaires familiaux et 1 395 835 actions du fait d'exercice d'options de souscription ; en outre 2 259 454 actions ont été annulées.

1.1.5. Informations sur les délais de paiement

Au 31 décembre 2011, les dettes fournisseurs s'élèvent à 94 millions d'euros (109 millions d'euros en 2010) et sont essentiellement non échues. Le délai de règlement moyen est de 45 jours, inchangé par rapport à 2010.

1.2. Changement de présentation du compte de résultat

La modification de la présentation du compte de résultat a pour objet de permettre une meilleure compréhension de la formation du résultat, notamment par la prise en compte des deux activités distinctes de la société : l'activité patrimoniale, liée à la détention de participations, et l'activité de direction et coordination des activités opérationnelles de l'ensemble des entités constituant le groupe LVMH.

Le compte de résultat inclut trois soldes intermédiaires : le résultat financier, le résultat d'exploitation et le résultat exceptionnel ; résultat financier et résultat d'exploitation cumulés forment le résultat courant avant impôt.

Le résultat financier comprend le résultat de gestion des filiales et participations, le coût de la dette financière, liée en substance à la détention de ces participations, ainsi que les autres éléments résultant de la gestion des filiales ou de la dette, en particulier les résultats de change ou sur instruments de couverture. Le résultat

de gestion des filiales et participations comprend tous les éléments de gestion du portefeuille : dividendes, variation des dépréciations de titres, variation des provisions pour risques et charges liées au portefeuille, résultats de cession de titres.

Le résultat d'exploitation inclut les frais de gestion de la Société et de direction et coordination opérationnelle du Groupe, frais de personnel ou autres frais de gestion, sous déduction du montant refacturé aux filiales concernées, soit par facturation de prestation d'assistance de gestion, soit par refacturation des frais qui ont été pris en charge pour compte.

Les résultats financier et d'exploitation incluent les éléments dont la nature relève de la gestion financière de la société, ou de l'exploitation administrative, quel que soit leur montant ou leur occurrence. Le résultat exceptionnel englobe ainsi les seules opérations qui, du fait de leur nature, ne peuvent être comprises dans les résultats financier ou d'exploitation.

1.3. Résultats de la société mère et perspectives d'avenir

Le résultat financier de l'exercice est de 2 420,6 millions d'euros en 2011 ; il était de 2 297,1 millions d'euros en 2010.

Le résultat de gestion des filiales et participations est de 2 655,2 millions d'euros en 2011, contre 2 696,2 millions d'euros en 2010. Cette évolution provient à la fois d'une augmentation des produits financiers de filiales et participations (2 603,1 millions d'euros en 2011 et 1 983,4 millions d'euros en 2010), d'une moindre reprise des dépréciations de titres et d'une moindre dotation des provisions enregistrées au titre des filiales et participations (52,1 millions d'euros en 2011 et 712,8 millions d'euros en 2010).

Les produits financiers de filiales et participations sont essentiellement constitués des dividendes reçus ; leur variation provient notamment de l'augmentation du montant du dividende versé par LVMH Fashion Group SA, et de l'absence de dividende versé par Sofdiv SAS.

Le résultat financier inclut en outre le coût de la dette financière nette et des instruments dérivés de taux associés pour

158,9 millions d'euros ainsi que des pertes sur instruments et opérations de change pour 87,7 millions d'euros.

Le résultat d'exploitation reflète les charges d'exploitation non refacturées aux filiales et participations, soit une charge de 84 millions d'euros en 2010 et 160 millions d'euros en 2011. Cette évolution provient d'éléments non récurrents.

Après effet positif de l'impôt sur les sociétés de 65 millions d'euros, intégrant l'effet du résultat d'intégration fiscale, le résultat net s'élève à 2 325,5 millions d'euros, stable par rapport à celui de l'exercice 2010 qui s'élevait à 2 317,9 millions d'euros.

Compte tenu des résultats de 2011 des filiales et participations détenues par la société LVMH, il est attendu en 2012 des distributions de dividendes d'un niveau satisfaisant.

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 :

<i>(en euros)</i>	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31/12/2011	2 325 509 520,49
Dotations à la réserve légale	(4 372,77)
Report à nouveau	3 907 924 154,54
Montant du résultat distribuable	6 233 429 302,26
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5%, soit 0,015 euro par action	7 617 234,36
Dividende complémentaire de 2,585 euros par action	1 312 703 388,04
Report à nouveau	4 913 108 679,86
	6 233 429 302,26

Pour mémoire, au 31 décembre 2011, la Société détient 9 536 678 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 481,5 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 2,60 euros par action. Un acompte sur dividende de 0,80 euro par action ayant été distribué le 2 décembre 2011, le solde est de 1,80 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 25 avril 2012.

Conformément à l'article 158 du Code général des impôts, ce dividende ouvre droit, pour les résidents fiscaux français personnes physiques, à un abattement de 40 %.

Enfin, 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	Date de mise en paiement	Dividende brut	Abattement fiscal ^(a)
<i>(en euros)</i>				
2010	Acompte	2 décembre 2010	0,70	0,28
	Solde	25 mai 2011	1,40	0,56
	Total		2,10	0,84
2009	Acompte	2 décembre 2009	0,35	0,14
	Solde	25 mai 2010	1,30	0,52
	Total		1,65	0,66
2008	Acompte	2 décembre 2008	0,35	0,14
	Solde	25 mai 2009	1,25	0,50
	Total		1,60	0,64

(a) Pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France.

3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS – ATTRIBUTIONS D' ACTIONS GRATUITES

3.1. Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2011, le groupe familial Arnault contrôlait 46,48 % du capital et 62,38 % des droits de vote, contre respectivement 48,07 % et 63,95 % au 31 décembre 2010.

3.2. Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2011, les membres du Conseil d'administration et du Comité exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 2 % du capital social.

3.3. Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2011, 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, moins de 0,5 % du capital social.

3.4. Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription

Les bénéficiaires des plans d'options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé.

Au 31 décembre 2011, étaient en vigueur deux plans d'options d'achat et sept plans d'options de souscription mis en place par la société LVMH entre 2001 et 2009. Le prix d'exercice des options est égal au cours de référence calculé conformément aux dispositions légales pour les plans ouverts depuis 2007, et à 95 % de ce même cours pour les plans antérieurs à 2007. Chaque plan a une durée de dix ans ; les options attribuées avant 2004 peuvent être exercées après un délai de trois ans à compter de l'ouverture du plan et les options attribuées à compter de 2004 après un délai de quatre ans.

Pour l'ensemble des plans, la parité est d'une action pour une option attribuée.

Outre les conditions de présence dans le Groupe, l'exercice des options attribuées en 2009 est soumis à des conditions de performance liées aux trois indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation ou taux de marge opérationnelle courante du Groupe.

Concernant les options attribuées aux dirigeants mandataires sociaux, leurs options ne sont exerçables que si, au titre de trois des quatre exercices 2009 à 2012, l'un ou l'autre de ces trois indicateurs enregistre une variation positive par rapport à l'exercice 2008. La condition de performance a été satisfaite en 2009, 2010 et 2011.

Concernant les options attribuées aux autres bénéficiaires, elles ne sont exerçables que si, au titre des exercices 2009 et 2010, l'un ou l'autre de ces indicateurs enregistre une variation positive par rapport à l'exercice 2008. La condition de performance a été satisfaite en 2009 et 2010.

Les mandataires sociaux de la Société, dirigeants ou salariés, doivent également respecter certaines restrictions relatives à la période d'exercice de leurs options.

Pour les plans mis en place depuis 2008, le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent, en cas d'exercice de leurs options, conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions un nombre d'actions déterminé en fonction de la date de levée et correspondant à un pourcentage de leur rémunération brute globale.

3.4.1. Plans d'options d'achat

Date de l'Assemblée	17/05/2000	17/05/2000	17/05/2000	17/05/2000	17/05/2000	17/05/2000	17/05/2000	
Date du Conseil d'administration	23/01/2001	06/03/2001	14/05/2001	12/09/2001	22/01/2002	15/05/2002	22/01/2003	Total
Nombre total d'options attribuées	2 649 075	40 000	552 500	50 000	3 284 100	8 560	3 213 725	9 797 960
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>987 500</i>	<i>-</i>	<i>450 000</i>	<i>-</i>	<i>1 215 000</i>	<i>-</i>	<i>1 220 000</i>	<i>3 872 500</i>
<i>Bernard Arnault^(b)</i>	<i>600 000</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>600 000</i>	<i>-</i>	<i>600 000</i>	<i>1 800 000</i>
<i>Nicolas Bazire^(b)</i>	<i>115 000</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>200 000</i>	<i>-</i>	<i>200 000</i>	<i>515 000</i>
<i>Antonio Belloni^(b)</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>300 000</i>	<i>-</i>	<i>200 000</i>	<i>-</i>	<i>200 000</i>	<i>700 000</i>
<i>Pierre Godé^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>200 000</i>	<i>-</i>	<i>200 000</i>	<i>550 000</i>
<i>Gilles Hennessy^(b)</i>	<i>7 500</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>15 000</i>	<i>-</i>	<i>20 000</i>	<i>42 500</i>
<i>Dont dix premiers salariés^(a)</i>	<i>445 000</i>	<i>40 000</i>	<i>102 500</i>	<i>50 000</i>	<i>505 000</i>	<i>8 560</i>	<i>495 000</i>	<i>1 646 060</i>
Nombre de bénéficiaires	786	1	4	1	993	2	979	
Point de départ d'exercice des options	23/01/2004	06/03/2004	14/05/2004	12/09/2004	22/01/2005	15/05/2005	22/01/2006	
Date d'expiration	22/01/2011	05/03/2011	13/05/2011	11/09/2011	21/01/2012	14/05/2012	21/01/2013	
Prix d'achat (en euros)	65,12	63,53	61,77	52,48	43,30 ^(c)	54,83	37,00 ^(c)	
Nombre d'options exercées en 2011	46 870	-	14 122	-	77 175	5 560	75 135	218 862
Nombre d'options devenues caduques en 2011	171 675	-	-	50 000	51 000	-	38 875	311 550
Nombre cumulé d'options exercées au 31/12/2011	2 169 750	40 000	552 500	-	2 842 170	8 560	2 831 482	8 444 462
Nombre cumulé d'options caduques au 31/12/2011	479 325	-	-	50 000	272 678	-	166 425	968 428
Options en vie en fin d'exercice	-	-	-	-	169 252	-	215 818	385 070

(a) Options attribuées aux mandataires sociaux/salariés en fonction à la date d'ouverture du plan.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2011.

(c) Prix d'exercice en euros pour les résidents italiens et américains :

Plans	Italiens	Américains
22/01/2002	45,70	43,86
22/01/2003	38,73	-

S'agissant d'options d'achat d'actions existantes, leur levée n'entraîne aucune dilution pour les actionnaires.

3.4.2. Plans d'options de souscription

Date de l'Assemblée	15/05/2003	15/05/2003	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	14/05/2009	
Date du Conseil d'administration	21/01/2004	12/05/2005	11/05/2006	10/05/2007	15/05/2008	14/05/2009	29/07/2009	Total
Nombre total d'options attribuées	2 747 475	1 924 400	1 789 359	1 679 988	1 698 320	1 301 770	2 500	11 143 812
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>972 500</i>	<i>862 500</i>	<i>852 500</i>	<i>805 875</i>	<i>766 000</i>	<i>541 000</i>	<i>-</i>	<i>4 800 375</i>
<i>Bernard Arnault^(b)</i>	<i>450 000</i>	<i>450 000</i>	<i>450 000</i>	<i>427 500</i>	<i>400 000</i>	<i>200 000</i>	<i>-</i>	<i>2 377 500</i>
<i>Antoine Arnault^(b)</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>-</i>	<i>28 500</i>
<i>Delphine Arnault^(b)</i>	<i>10 000</i>	<i>10 000</i>	<i>10 000</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>9 500</i>	<i>-</i>	<i>58 500</i>
<i>Nicolas Bazire^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>142 500</i>	<i>142 500</i>	<i>100 000</i>	<i>-</i>	<i>835 000</i>
<i>Antonio Belloni^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>150 000</i>	<i>142 500</i>	<i>142 500</i>	<i>100 000</i>	<i>-</i>	<i>835 000</i>
<i>Pierre Godé^(b)</i>	<i>150 000</i>	<i>40 000</i>	<i>30 000</i>	<i>15 000</i>	<i>40 000</i>	<i>100 000</i>	<i>-</i>	<i>375 000</i>
<i>Gilles Hennessy^(b)</i>	<i>20 000</i>	<i>20 000</i>	<i>20 000</i>	<i>19 000</i>	<i>22 000</i>	<i>22 000</i>	<i>-</i>	<i>123 000</i>
<i>Dont dix premiers salariés^(a)</i>	<i>457 500</i>	<i>342 375</i>	<i>339 875</i>	<i>311 544</i>	<i>346 138</i>	<i>327 013</i>	<i>2 500</i>	<i>2 126 945</i>
Nombre de bénéficiaires	906	495	520	524	545	653	1	
Point de départ d'exercice des options	21/01/2008	12/05/2009	11/05/2010	10/05/2011	15/05/2012	14/05/2013	29/07/2013	
Date d'expiration	20/01/2014	11/05/2015	10/05/2016	09/05/2017	14/05/2018	13/05/2019	28/07/2019	
Prix de souscription (en euros)	55,70 ^(c)	52,82 ^(c)	78,84 ^(c)	86,12	72,50 ^(c)	56,50 ^(c)	57,10	
Nombre d'options exercées en 2011	400 045	386 975	171 093	437 722	-	-	-	1 395 835
Nombre d'options devenues caduques en 2011	8 100	3 000	9 538	21 312	25 750	16 763	-	84 463
Nombre cumulé d'options exercées au 31/12/2011	1 677 290	1 355 622	579 483	437 722	-	8 000	-	4 058 117
Nombre cumulé d'options caduques au 31/12/2011	109 750	89 225	93 098	84 072	75 669	29 964	-	481 778
Options en vie en fin d'exercice	960 435	479 553	1 116 778	1 158 194	1 622 651	1 263 806	2 500	6 603 917

(a) Options attribuées aux mandataires sociaux/salariés en fonction à la date d'ouverture du plan.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2011.

(c) Prix d'exercice en euros pour les résidents italiens :

Plans	Prix d'exercice
21/01/2004	58,90
12/05/2005	55,83
11/05/2006	82,41
15/05/2008	72,70
14/05/2009	56,52

La dilution théorique liée à l'attribution de ces options représente 1,3 % du capital. Toutefois, LVMH procédant à l'annulation d'un nombre d'actions équivalent à celui des actions émises dans le cadre des levées, l'exercice des options de souscription n'entraîne aucune dilution pour les actionnaires.

3.4.3. Options attribuées et levées durant l'exercice par les mandataires sociaux et les dix premiers salariés du Groupe

Options attribuées

Aucun plan d'options n'a été ouvert en 2011.

Options levées par les dirigeants mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
Bernard Arnault	LVMH	12/05/2005	204 000	52,82
Antonio Belloni	LVMH	21/01/2004	150 000	55,70

Options levées par les autres mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
Delphine Arnault	Christian Dior	15/02/2006	25 000	72,85
	LVMH	21/01/2004	10 000	55,70
	"	12/05/2005	10 000	52,82
Nicolas Bazire	LVMH	10/05/2007	142 500	86,12
Pierre Godé	LVMH	12/05/2005	40 000	52,82
	Christian Dior	18/02/2002	2	33,53
	"	18/02/2003	2	29,04
	"	12/05/2005	20 000	52,21
Gilles Hennessy	LVMH	22/01/2003	20 000	37,00
	"	21/01/2004	20 000	55,70
	"	12/05/2005	20 000	52,82
	"	11/05/2006	20 000	78,84
	"	10/05/2007	19 000	86,12

Options levées 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 <i>(en euros)</i>
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	23/01/2001	2 000	65,12
	22/01/2002	10 000	43,30
	22/01/2003	2 700	37,00
	21/01/2004	57 500	55,70
	12/05/2005	26 250	52,82
	11/05/2006	57 500	78,84
	10/05/2007	140 298	86,12

3.5. Attributions d'actions gratuites et d'actions gratuites de performance

Les bénéficiaires des actions gratuites sont sélectionnés parmi les salariés et dirigeants des sociétés du Groupe en fonction de leur niveau de responsabilité et de leur performance individuelle.

Les actions sont attribuées définitivement après un délai de deux ou trois ans selon les plans. Les actions sont librement cessibles après une période complémentaire de conservation de deux ans. Depuis 2009, les actions gratuites attribuées à des

bénéficiaires ayant leur résidence fiscale à l'étranger sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Les plans ouverts les 15 avril 2010 et 31 mars 2011 associent attribution d'actions gratuites et attribution d'actions gratuites de performance, dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire.

Les actions gratuites de performance ne sont définitivement attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe. En ce qui concerne le plan mis en place le 15 avril 2010, la condition de performance a été satisfaite en 2010 et 2011. En ce

qui concerne le plan mis en place le 31 mars 2011, elle a été satisfaite en 2011.

Le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent, en cas d'attribution définitive de leurs actions, conserver la moitié de ces actions au nominatif pur jusqu'à la cessation de leurs fonctions.

En outre, deux plans spécifiques d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 20 octobre 2011 au profit de cadres dirigeants du Groupe.

Date de l'Assemblée	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	31/03/2011	31/03/2011	
Date du Conseil d'administration	14/05/2009	29/07/2009	15/04/2010	15/04/2010	31/03/2011	31/03/2011	20/10/2011	20/10/2011	
	Actions gratuites	Actions gratuites	Actions gratuites	Actions gratuites de performance	Actions gratuites	Actions gratuites de performance	Actions gratuites	Actions gratuites	Total
Nombre d'actions attribuées provisoirement	311 209	833	195 069	274 367	184 328	257 724	95 000	20 000	1 338 530
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	-	-	-	108 837	-	100 071	-	-	208 908
<i>Bernard Arnault^(b)</i>	-	-	-	40 235	-	36 994	-	-	77 229
<i>Antoine Arnault^(b)</i>	-	-	-	1 911	-	1 757	-	-	3 668
<i>Delphine Arnault^(b)</i>	-	-	-	1 911	-	1 757	-	-	3 668
<i>Nicolas Bazire^(b)</i>	-	-	-	20 118	-	18 498	-	-	38 616
<i>Antonio Belloni^(b)</i>	-	-	-	20 118	-	18 498	-	-	38 616
<i>Pierre Godé^(b)</i>	-	-	-	20 118	-	18 498	-	-	38 616
<i>Gilles Hennessy^(b)</i>	-	-	-	4 426	-	4 069	-	-	8 495
<i>Dont dix premiers salariés^(a)</i>	48 165	833	27 372	67 350	23 387	64 611	95 000	20 000	346 718
Nombre de bénéficiaires	642	1	627	639	698	712	1	1	
Date d'attribution définitive	14/05/2011 ^(c)	29/07/2013	15/04/2012 ^(c)	15/04/2012 ^(c)	31/03/2014 ^(d)	31/03/2014 ^(d)	20/10/2013 ^(e)	20/10/2013	
Date à partir de laquelle les actions sont cessibles	14/05/2013	29/07/2013	15/04/2014	15/04/2014	31/03/2016 ^(d)	31/03/2016 ^(d)	20/10/2015 ^(f)	20/10/2015	
Nombre d'attributions devenues définitives en 2011	143 979	-	-	-	-	-	-	-	143 979
Nombre d'attributions devenues caduques en 2011	14 405	-	5 152	2 268	1 063	355	-	-	23 243
Nombre cumulé d'attributions définitives au 31/12/2011	146 312	-	-	-	-	-	-	-	146 312
Nombre cumulé d'attributions caduques au 31/12/2011	22 939	-	5 152	2 268	1 063	355	-	-	31 777
Attributions en vie en fin d'exercice	141 958	833	189 917	272 099	183 265	257 369	95 000	20 000	1 160 441

(a) Actions gratuites attribuées aux mandataires sociaux/salariés en fonction à la date d'attribution provisoire.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2011.

(c) Attributions définitives les 14 mai 2013 et 15 avril 2014 pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

(d) Attribution définitive et disponibilité des actions le 31 mars 2015 pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

(e) Attribution définitive en deux tranches de 47 500 actions, les actions issues de la seconde tranche étant attribuées définitivement le 20 octobre 2014.

(f) Les actions issues de la première tranche seront cessibles le 20 octobre 2015 et celles de la seconde tranche le 20 octobre 2016.

S'agissant de l'attribution d'actions existantes, les attributions définitives n'entraînent aucune dilution pour les actionnaires.

Actions gratuites de performance attribuées provisoirement durant l'exercice aux dirigeants mandataires sociaux

Bénéficiaires <i>(en euros)</i>	Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions gratuites	Valorisation des actions
Bernard Arnault	LVMH	31/03/2011	36 994	3 884 370
"	Christian Dior	31/03/2011	25 450	2 383 901
Antonio Belloni	LVMH	31/03/2011	18 498	1 942 290

Voir également le tableau de la page 59 pour les autres modalités d'attribution.

Actions gratuites et actions gratuites de performance attribuées provisoirement durant l'exercice aux autres mandataires sociaux

Cette information figure dans le tableau de la page 59. Madame Delphine Arnault a, en outre, bénéficié de l'attribution de 2 362 actions gratuites et 4 388 actions gratuites de performance Christian Dior au titre du plan du 31 mars 2011.

Actions gratuites attribuées définitivement durant l'exercice aux dirigeants mandataires sociaux et autres mandataires sociaux

Aucune action gratuite n'a été attribuée définitivement en 2011.

Actions gratuites attribuées définitivement durant l'exercice aux dix salariés^(a) du Groupe, non mandataires sociaux, ayant reçu le plus grand nombre d'actions

Société ayant attribué les actions	Date d'attribution initiale des actions	Nombre d'actions
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	14/05/2009	30 051

(a) Salariés en fonction à la date de l'attribution définitive.

4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

4.1. État des délégations et autorisations en cours

Programme de rachat d'actions (L. 225-209 et suivants du Code de commerce)

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Utilisation au 31 décembre 2011
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 200 euros	31 mars 2011 (14 ^e résol.)	30 septembre 2012 (18 mois) ^(a)	10% du capital 50 766 986 actions ^(c)	Mouvements au cours de l'exercice ^(b) Achats : 2 235 093 Ventes : 2 096 093
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	31 mars 2011 (16 ^e résol.)	30 septembre 2012 (18 mois) ^(a)	10% du capital par période de 24 mois 50 766 986 actions ^(c)	Actions annulées au cours de l'exercice : 2 259 454

(a) Il sera proposé à l'Assemblée générale du 5 avril 2012 de renouveler cette autorisation. Voir ci-après point 4.2.

(b) Mouvements entre le 31 mars et le 31 décembre 2011. Pour les achats, y compris les exercices de calls. Voir également ci-après point 5.1.

(c) Sur la base du capital statutaire.

Augmentation du capital social (L. 225-129, L. 225-129-2 et L. 228-92 du Code de commerce)

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 décembre 2011
Par incorporation de réserves (L.225-130)	31 mars 2011 (15 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^(a)	Non applicable	Néant
Avec droit préférentiel de souscription : actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital	31 mars 2011 (17 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a)(b)}	Libre	Néant
Sans droit préférentiel de souscription : actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital					
- par offre au public (L. 225-135 et suivants)	31 mars 2011 (18 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a)(b)}	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ^(c)	Néant
- par placement privé (L. 225-135 et suivants)	31 mars 2011 (19 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a)(b)}	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ^(c)	Néant
Dans le cadre d'une offre publique d'échange (L. 225-148)	31 mars 2011 (22 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^(a)	Libre	Néant
Dans le cadre d'apports en nature (L. 225-147)	31 mars 2011 (23 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	10 % du capital 50 766 986 actions ^{(a)(d)}	Libre	Nombre d'actions émises : 18 037 011 ^(e)

(a) Montant nominal maximum. Sur ce montant s'imputerait le montant nominal de toute augmentation de capital décidée en application des autres délégations de compétence.

(b) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé au (a), ce montant est susceptible d'être augmenté dans la limite de 15% de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires [Assemblée du 31 mars 2011, 21^e résolution] (L. 225-135-1).

(c) Dans la limite de 10% du capital, le Conseil d'administration peut fixer librement le prix d'émission sous réserve que celui-ci soit au moins égal à 90% de la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse précédant la fixation [Assemblée du 31 mars 2011, 19^e résolution].

(d) Sur la base du capital statutaire.

(e) Augmentation de capital dans le cadre de l'apport des titres Bulgari.

Actionnariat des salariés

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 décembre 2011
Options de souscription ou d'achat d'actions (L. 225-177 et suivants)	14 mai 2009 (18 ^e résol.)	13 juillet 2012 (38 mois) ^(a)	3 % du capital 14 698 122 actions	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution	• attribuées : 2 500 options • attribuables : 14 695 622 options
Attribution d'actions gratuites (L. 225-197-1 et suivants)	31 mars 2011 (26 ^e résol.)	30 mai 2014 (38 mois)	1 % du capital 4 896 328 actions	Non applicable	• attribuées : 115 000 actions • attribuables : 4 781 328 actions
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise (L. 225-129-6)	31 mars 2011 (24 ^e résol.)	30 mai 2013 (26 mois)	1 % du capital 4 896 328 actions ^(b)	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 20 %	Néant

(a) Il sera proposé à l'Assemblée générale du 5 avril 2012 de renouveler cette autorisation. Voir ci-après point 4.2.

(b) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé ci-dessus sur lequel s'imputerait ce montant.

4.2. Autorisations proposées à l'Assemblée générale

Programme de rachat d'actions (L. 225-209 et suivants du Code de commerce)

Nature	Résolution	Durée	Montant autorisé
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 200 euros	13 ^e	18 mois	10 % du capital 50 766 986 actions
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	14 ^e	18 mois	10 % du capital par période de 24 mois 50 766 986 actions

Actionnariat des salariés

Nature	Résolution	Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission
Attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions (L. 225-177 et suivants)	15 ^e	38 mois	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a),(b)}	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution ^(c) – aucune décote
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise (L. 225-129-6)	16 ^e	26 mois	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a),(b)}	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 20 %

(a) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros défini par la 25^e résolution approuvée par l'Assemblée générale du 31 mars 2011 sur lequel s'imputerait ce montant.

(b) Sur la base du capital statutaire.

(c) S'agissant des options d'achat, le prix ne peut être inférieur au cours moyen d'achat des actions.

5. PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS

5.1. Information sur les programmes de rachat d'actions

L'objet de ce paragraphe est d'informer l'Assemblée générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées, entre le 1^{er} janvier 2011 et le 31 décembre 2011, par la Société dans le cadre des programmes de rachat d'actions ayant été autorisés par les Assemblées Générales Mixtes de la Société tenues respectivement les 15 avril 2010 et 31 mars 2011.

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 2 697 370 actions LVMH au cours moyen de 114,42 euros et a cédé 2 678 370 actions LVMH au cours moyen de 115,14 euros.

Ces opérations ont généré un montant de frais de 0,3 million d'euros.

Le tableau ci-dessous récapitule par finalité les opérations effectuées, en date de valeur, pendant la période du 1^{er} janvier 2011 au 31 décembre 2011 :

<i>(en nombre d'actions sauf indication contraire)</i>	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société	Échange ou paiement lors d'acquisitions	Actions destinées à être annulées	Total
Solde au 31 décembre 2010	100 000	11 839 973	-	-	-	11 939 973
Achats	662 277	-	-	-	-	662 277
Prix moyen <i>(en euros)</i>	114,34	-	-	-	-	114,34
Cessions	(582 277)	-	-	-	-	(582 277)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	114,95	-	-	-	-	114,95
Levées d'options d'achat	-	(99 525)	-	-	-	(99 525)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	52,85	-	-	-	52,85
Exercice de calls	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Attributions d'actions gratuites	-	-	-	-	-	-
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(1 009 378)	-	-	-	(1 009 378)
Solde au 31 mars 2011	180 000	10 731 070	-	-	-	10 911 070
Achats	2 035 093	-	-	-	-	2 035 093
Prix moyen <i>(en euros)</i>	114,45	-	-	-	-	114,45
Cessions	(2 096 093)	-	-	-	-	(2 096 093)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	115,19	-	-	-	-	115,19
Levées d'options d'achat	-	(119 337)	-	-	-	(119 337)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	42,68	-	-	-	42,68
Exercice de calls	-	200 000	-	-	-	200 000
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	40,15	-	-	-	40,15
Attributions d'actions gratuites	-	(143 979)	-	-	-	(143 979)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(1 250 076)	-	-	-	(1 250 076)
Solde au 31 décembre 2011	119 000	9 417 678	-	-	-	9 536 678

- Pendant cette période, la Société a procédé à l'exercice de calls portant sur 200 000 actions. Au 31 décembre 2011, aucun call n'ayant été acquis au cours de la période, la Société détenait des calls portant sur 100 000 actions, avec pour finalité la couverture de plans d'options d'achat.

- La Société a procédé, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2011, à l'annulation de 2 259 454 actions qui avaient été acquises pour annulation ou en couverture de plans d'options de souscription.

5.2. Descriptif des principales caractéristiques du programme de rachat soumis à l'autorisation de l'Assemblée générale mixte du 5 avril 2012

- 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, sur la base du nombre d'actions composant le capital au 31 décembre 2011 : 50 766 986, mais compte tenu de l'auto-détention de 9 536 678 titres et de la détention de 100 000 calls au 31 décembre 2011, seules 41 130 308 actions propres sont susceptibles d'être achetées.
- Prix d'achat unitaire maximum : 200 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'annulation des titres achetés ;
 - 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.
- Durée du programme : 18 mois à compter de l'Assemblée générale ordinaire du 5 avril 2012.

5.3. Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1^{er} janvier au 31 décembre 2011

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 de

l'AMF, récapitule sous forme synthétique les opérations réalisées par la Société sur ses propres titres du 1^{er} janvier 2011 au 31 décembre 2011.

Au 31 décembre 2011

Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte	1,88 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois	4 035 354
Nombre de titres détenus en portefeuille	9 536 678
Valeur comptable du portefeuille	481 491 706 euros
Valeur de marché du portefeuille	1 043 312 573 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 décembre 2011			
	Achats	Ventes/Transferts	Positions ouvertes à l'achat		Positions ouvertes à la vente	
			Calls achetés	Achats à terme	Calls vendus	Ventes à terme
Nombre de titres	2 897 370	5 300 665	100 000	-	-	-
dont :						
- contrat de liquidité	2 697 370	2 678 370	-	-	-	-
- achats en couverture de plans	-	-	-	-	-	-
- levées d'options d'achat	-	218 862	-	-	-	-
- exercices de calls	200 000	-	-	-	-	-
- attributions d'actions gratuites	-	143 979	-	-	-	-
- achats pour annulation	-	-	-	-	-	-
- annulations	-	2 259 454	-	-	-	-
Échéance maximale moyenne	-	-	13 mois	-	-	-
Cours moyen de la transaction ^[a] (en euros)	114,42	115,14	-	-	-	-
Prix d'exercice moyen (en euros)	40,15	47,31	37,00	-	-	-
Montants (en euros)	316 663 075	318 741 883	-	-	-	-

[a] Hors actions attribuées gratuitement et annulations.

6. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX

6.1. Synthèse des rémunérations, des options et actions gratuites de performance attribuées aux dirigeants mandataires sociaux^(a)

<i>(en euros)</i> Dirigeants mandataires sociaux	Rémunérations dues au titre de l'exercice		Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice		Valorisation des actions gratuites de performance attribuées au cours de l'exercice ^(b)	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Bernard Arnault	4 428 399	3 904 672	-	-	6 268 271	5 665 459
Antonio Belloni	5 489 552	5 485 493	-	-	1 942 290	1 748 858

(a) 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. Hors jetons de présence.

(b) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice ainsi que les conditions de performance à satisfaire pour l'attribution définitive des actions figurent au paragraphe 3.5.

6.2. Récapitulatif des rémunérations de chaque dirigeant mandataire social^(a)

Bernard Arnault

Rémunérations <i>(en euros)</i>	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2011	2010	2011	2010
Rémunération fixe	1 728 399	1 704 672	1 713 101 ^(b)	1 728 399 ^(b)
Rémunération variable ^(c)	2 200 000	2 200 000	2 200 000 ^(d)	2 200 000 ^(d)
Rémunération exceptionnelle	500 000	-	500 000	-
Jetons de présence	118 464	118 464	118 464	119 695
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	4 546 863	4 023 136	4 531 565	4 048 094

Antonio Belloni

Rémunérations <i>(en euros)</i>	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2011	2010	2011	2010
Rémunération fixe	3 174 302	3 170 243	3 185 192 ^(f)	3 174 302 ^(f)
Rémunération variable ^(e)	2 315 250	2 315 250	2 315 250 ^(d)	2 170 550 ^(d)
Rémunération exceptionnelle	-	-	-	-
Jetons de présence	87 245	87 245	87 245	87 245
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	5 576 797	5 572 738	5 587 687	5 432 097

(a) 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.

(b) Les différences entre les montants dus et les montants versés s'expliquent par les variations de change.

(c) Déterminée pour moitié en fonction de l'atteinte d'objectifs qualitatifs et pour moitié en fonction de l'atteinte des objectifs budgétaires relatifs au chiffre d'affaires, au résultat opérationnel et au cash flow, chacun de ces éléments comptant pour un tiers.

(d) Montants versés au titre de l'exercice précédent.

(e) Déterminée pour un tiers en fonction de l'atteinte d'objectifs qualitatifs et pour deux tiers en fonction de l'atteinte des objectifs budgétaires relatifs au chiffre d'affaires, au résultat opérationnel et au cash flow, chacun de ces éléments comptant pour un tiers.

(f) Compte tenu de la variation du montant de l'allocation logement.

6.3. Contrat de travail, retraite spécifique, indemnités de départ et clause de non-concurrence en faveur des dirigeants mandataires sociaux

Dirigeants mandataires sociaux	Contrat de travail		Régime de retraite supplémentaire ^(a)		Indemnités ou avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la cessation ou du changement de fonctions		Indemnités relatives à une clause de non-concurrence	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
Bernard Arnault Président-directeur général		X	X			X		X
Antonio Belloni Directeur général délégué	X		X			X	X ^(b)	

(a) Ce complément de retraite n'est acquis que si l'intéressé justifie d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité exécutif du Groupe et fait valoir simultanément ses droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux, cette dernière condition n'étant pas requise en cas de départ à l'initiative du Groupe après l'âge de 55 ans, sans reprise d'activités professionnelles jusqu'à la liquidation des retraites. Il est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des rémunérations annuelles perçues au cours des trois dernières années civiles précédant l'année du départ à la retraite, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale. Le complément de retraite annuelle est égal à la différence entre 60% de la rémunération de référence (avec un plafond de 763 812 euros au 1^{er} janvier 2012) et la totalité des pensions servies par le régime général de la Sécurité sociale et les régimes complémentaires de l'ARRCO et de l'AGIRC. Montant de l'engagement au 31 décembre 2011, déterminé selon les principes de la norme IAS 19 Avantages au personnel :

– Bernard Arnault : 17 057 816 euros ;

– Antonio Belloni : 9 457 115 euros.

(b) Clause de non-concurrence d'une durée de douze mois figurant dans le contrat de travail – suspendu pendant la durée du mandat de Directeur général délégué – prévoyant le versement pendant chaque mois de son application d'une indemnité compensatoire égale à la rémunération mensuelle à la date de cessation des fonctions majorée du douzième du dernier bonus perçu.

6.4. Récapitulatif des jetons de présence, rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des autres mandataires sociaux^(a)

Administrateurs <i>(en euros sauf indication contraire)</i>	Jetons de présence versés en		Rémunération fixe versée au cours de l'exercice		Rémunération variable versée au cours de l'exercice	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Antoine Arnault ^(b)	45 000	45 000	300 000	195 000	135 000	65 000
Delphine Arnault ^(b)	58 158	58 158	90 000	90 000	30 000	30 000
Nicolas Bazire ^{(b)(c)(e)}	55 000	55 000	1 235 000	1 235 000	2 700 000	2 450 000
Antoine Bernheim	268 111	610 195	-	-	-	-
Bernadette Chirac	35 000	33 750	-	-	-	-
Nicholas Clive Worms	51 875	54 375	-	-	-	-
Charles de Croisset	62 500	60 000	-	-	-	-
Diego Della Valle	35 000	30 000	-	-	-	-
Albert Frère	25 000	67 500	-	-	-	-
Pierre Godé ^(b)	154 686	176 375	1 500 000	1 500 000	4 000 000	2 000 000
Gilles Hennessy ^{(b)(c)(e)(h)}	62 500	67 500	540 000	525 000	364 920	303 533
Patrick Houël	20 561	74 745	150 000 ^{(d)(i)}	200 000 ^(d)	-	-
Marie-Josée Kravis	22 500	-	-	-	-	-
Lord Powell of Bayswater	40 000	37 500	205 000 ^(f)	205 000 ^(f)	-	-
Yves-Thibault de Silguy	45 000	45 000	-	-	-	-
Felix G. Rohatyn	10 000	22 500	-	25 000 ^(g)	-	-
Francesco Trapani ^(h)	33 750	-	1 000 000	-	-	-
Hubert Védrine	35 000	37 500	-	-	-	-

(a) Jetons de présence, rémunérations brutes et/ou honoraires 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.

(b) 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 3.5.

(c) Avantages en nature : voiture de fonction.

(d) Contrat de consultant.

(e) Autre avantage : complément de retraite.

(f) En livres sterling.

(g) En dollars US.

(h) Plan d'intéressement à moyen terme.

(i) Base annuelle.

En outre, les jetons de présence versés par la Société aux Censeurs en 2011 s'élèvent à :

<i>(en euros)</i>	
Paolo Bulgari	22 500
Patrick Houël	33 750
Felix G. Rohatyn	10 000

6.5. Détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice

Ce détail figure au paragraphe 3.5. ci-dessus.

7. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES ^(a)

Administrateur concerné	Nature des opérations	Nombre d'actions/ de titres	Prix moyen <i>(en euros)</i>
Antoine Arnault	Cession d'actions	15 000	104,76
Bernard Arnault	Achat d'actions ^(b)	204 000	52,82
Delphine Arnault	Achat d'actions ^(b)	20 000	54,26
	Cession d'actions	30 500	121,26
Société(s) liée(s) à Bernard Arnault, Antoine Arnault et Delphine Arnault	Cession d'options d'achat d'actions	6 300 000	-
	Achat d'options d'achat d'actions	6 300 000	-
	Monétisation d'actions LVMH	1 200 000	125,00
	Monétisation d'actions LVMH (réduction)	3 259 098	92,05
	Monétisation d'actions LVMH (augmentation à terme)	2 447 980	122,55
Nicolas Bazire	Achat d'actions ^(b)	142 500	86,12
Personne(s) liée(s) à Nicolas Bazire	Cession d'actions	40 240	127,21
Antonio Belloni	Achat d'actions ^(b)	150 000	55,70
Personne(s) liée(s) à Antonio Belloni	Cession d'actions	155 000	122,47
	Achat d'actions	5 000	98,73
Société(s) liée(s) à Albert Frère	Cession d'actions	33 000	102,05
Pierre Godé	Achat d'actions ^(b)	40 000	52,82
Gilles Hennessy	Achat d'actions ^(b)	99 000	61,85
	Cession d'actions	62 000	113,39

(a) Personnes liées au sens de l'article R. 621-43-1 du Code monétaire et financier.

(b) Levée(s) d'options d'achat ou de souscription d'actions.

8. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

8.1. Liste des mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration

La liste des mandats et fonctions exercés actuellement et au cours des cinq derniers exercices par chacun des membres du

Conseil d'administration figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

8.2. Composition du Conseil d'administration

Il vous est proposé de :

- ratifier la cooptation de Messieurs Francesco Trapani et Felix G. Rohatyn en qualité respectivement d'Administrateur et de Censeur;
- nommer Messieurs Antoine Arnault, Albert Frère, Gilles Hennessy, Yves-Thibault de Silguy ainsi que Lord Powell of Bayswater en qualité d'Administrateur.

8.3. Fixation du montant des jetons de présence

Il vous est proposé de fixer à 1 260 000 euros le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'administration.

8.4. Modification des statuts

Nous vous proposons de modifier les statuts de la Société pour prendre en compte les dispositions légales issues du décret du 23 juin 2010 et de l'ordonnance du 9 décembre 2010 relatives

au changement de délai de convocation, sur deuxième convocation, de l'Assemblée générale des actionnaires et aux droits de représentation des actionnaires aux assemblées générales.

9. 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 familial Arnault qui, au 31 décembre 2011, contrôlait 46,48 % du capital et 62,38 % des droits de vote ;
- émission et rachat d'actions : dans le cadre de différentes résolutions, l'Assemblée générale a délégué au Conseil d'administration le pouvoir :
 - d'augmenter le capital social, soit avec maintien, soit avec suppression du droit préférentiel de souscription et offre

au public ou placement privé, dans la limite d'un montant nominal global de 50 millions d'euros, soit 33 % du capital actuel de la Société,

- d'attribuer des options de souscription d'actions dans la limite de 3 % du capital social,
- d'attribuer des actions gratuites à émettre dans la limite de 1 % du capital social,
- d'acquérir des actions de la Société dans la limite d'un montant de 10 % du capital.

Toute délégation dont la mise en œuvre est susceptible de faire échouer l'offre est suspendue en période d'offre publique.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ressources humaines

1.	REPORTING SOCIAL DU GROUPE	70
1.1.	Répartition et évolution de l'effectif	70
1.2.	Temps de travail	74
1.3.	Rémunérations	75
1.4.	Responsabilité sociale	76
1.5.	Développement des collaborateurs	78
1.6.	Hygiène et sécurité	79
1.7.	Relations professionnelles	81
1.8.	Relations avec les tiers	81
1.9.	Respect des conventions internationales	83
2.	RAPPORT D'EXAMEN LIMITÉ DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR CERTAINS INDICATEURS SOCIAUX	84

1. REPORTING SOCIAL DU GROUPE

Depuis 2010, une formation en ligne est proposée à l'ensemble des acteurs du reporting social du Groupe. L'objet de cette formation est de familiariser les utilisateurs avec les objectifs du reporting social et d'approfondir la compréhension et la méthodologie de calcul des indicateurs critiques. Les procédures de contrôle sont également renforcées au sein de chaque entité organisationnelle par la mise en place d'une signature électronique lors de la validation finale du reporting social et la signature d'une lettre d'affirmation par le Directeur des Ressources Humaines de chaque Maison.

Le rapprochement des entités organisationnelles et des entités légales formalise la cohérence du reporting social et du reporting financier ; le périmètre du reporting social couvre ainsi la totalité des effectifs du Groupe présents dans les sociétés consolidées par intégration globale et proportionnelle, mais ne comprend pas les effectifs des entités mises en équivalence.

Pour chaque indicateur social, une fiche descriptive précise la pertinence de l'indicateur, les définitions des données, la procédure à appliquer pour le recueil de l'information et les

différents contrôles à effectuer lors de la saisie des données. D'autre part, des contrôles informatiques sont mis en place tout au long de la session de reporting afin de vérifier la fiabilité et la cohérence des informations saisies.

Les effectifs publiés ci-dessous concernent l'ensemble des sociétés consolidées au 31 décembre, incluant la part de LVMH dans les joint-ventures.

Les autres indicateurs sociaux ont été calculés sur un périmètre de 513 entités organisationnelles couvrant plus de 92 % de l'effectif mondial et intègrent la totalité des collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures. Ils ne couvrent pas la Maison Bulgari et ses filiales ainsi que Ile de Beauté, la filiale russe de Sephora consolidées au second semestre 2011.

Depuis l'exercice 2007, une sélection d'indicateurs du reporting social annuel du Groupe fait l'objet d'une vérification par l'un des Commissaires aux comptes du Groupe, Deloitte & Associés, assisté de son département Développement Durable.

1.1. Répartition et évolution de l'effectif

1.1.1. Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2011 est de 97 559 collaborateurs, en augmentation de 17 % par rapport à 2010. Il se répartit en 87 544 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 10 015 sous contrat à durée déterminée (CDD). 18 421 salariés travaillent à temps partiel, soit environ 19 % de l'ensemble du personnel. La part des effectifs hors de France est en augmentation de 3 % par rapport à l'an dernier et se situe maintenant à 79 % des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen 2011 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 81 199 personnes, en augmentation de 11 % par rapport à 2010. Les principales évolutions internes proviennent

de l'ouverture de nouveaux magasins principalement aux États-Unis, en Europe et en Chine. Les groupes d'activités Mode et Maroquinerie et Distribution sélective enregistrent ainsi une croissance des effectifs moyens se situant respectivement à 8 et 15 %. Parmi les principales variations de périmètre, on notera la consolidation de Ile de Beauté, la filiale russe de Sephora et l'acquisition de Bulgari le 30 juin 2011.

Les tableaux suivants présentent la répartition de l'effectif par groupe d'activités, par région du monde et par catégorie professionnelle.

Répartition par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2011	%	2010	%	2009	%
Vins et Spiritueux	6 372	7	6 063	7	6 032	8
Mode et Maroquinerie	27 137	28	25 013	30	23 012	30
Parfums et Cosmétiques	18 423	19	17 715	21	17 374	22
Montres et Joaillerie	7 249	7	2 332	3	2 091	3
Distribution sélective	36 905	38	30 998	37	27 389	35
Autres activités	1 473	1	1 421	2	1 404	2
Total	97 559	100	83 542	100	77 302	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2011	%	2010	%	2009	%
France	20 456	21	19 495	23	19 310	25
Europe (hors France)	23 859	24	17 428	21	16 793	22
États-Unis	22 986	24	19 650	23	16 567	21
Japon	5 192	5	4 658	6	4 798	6
Asie (hors Japon)	20 258	21	18 168	22	15 996	21
Autres marchés	4 808	5	4 143	5	3 838	5
Total	97 559	100	83 542	100	77 302	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2011	%	2010	%	2009	%
Cadres	16 009	16	13 915	16	13 022	17
Techniciens, responsables d'équipe	9 078	9	8 141	10	8 075	10
Employés administratifs, personnel de vente	60 070	62	50 055	60	45 075	58
Personnel de production	12 402	13	11 431	14	11 130	15
Total	97 559	100	83 542	100	77 302	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

Âge moyen et répartition par âge

L'âge moyen de l'effectif mondial en CDI est de 36 ans et l'âge médian est de 33 ans. Les tranches d'âge les plus jeunes sont prédominantes dans le personnel de vente, principalement en Asie Pacifique et aux États-Unis.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Âge : moins de 25 ans	13,4	7,0	9,5	20,4	3,4	18,3	16,6
25 - 29 ans	21,1	14,8	18,3	21,1	19,7	30,4	21,6
30 - 34 ans	18,8	16,1	20,6	15,9	27,6	20,1	21,5
35 - 39 ans	14,3	15,2	17,7	10,6	23,5	11,6	15,3
40 - 44 ans	11,1	13,9	13,4	9,2	12,9	7,7	10,8
45 - 49 ans	8,8	13,1	9,1	7,8	7,0	5,9	6,4
50 - 54 ans	6,3	10,5	6,2	6,2	3,8	3,3	3,9
55 - 59 ans	4,3	7,7	3,8	4,5	1,9	1,9	2,7
60 ans et plus	1,9	1,7	1,4	4,3	0,2	0,8	1,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Âge moyen	36	39	37	36	36	33	34

Ancienneté moyenne et répartition par ancienneté

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 10 ans en France et varie de 5 à 7 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 l'implantation récente des sociétés du Groupe dans les pays en forte croissance, où l'on constate une plus grande fluidité de l'emploi.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Ancienneté : moins de 5 ans	59,8	39,3	56,5	72,0	42,5	73,7	69,8
5 - 9 ans	18,4	18,4	22,7	16,6	33,6	13,5	15,9
10 - 14 ans	10,3	16,2	11,5	6,8	15,2	6,0	8,1
15 - 19 ans	4,2	7,2	4,1	2,2	4,3	3,5	2,5
20 - 24 ans	3,6	8,4	2,8	1,4	3,2	2,1	1,6
25 - 29 ans	1,7	4,7	1,0	0,6	0,8	0,6	1,2
30 ans et plus	2,0	5,8	1,4	0,4	0,4	0,6	0,9
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ancienneté moyenne	7	10	6	5	7	5	5

1.1.2. Politique de recrutement

LVMH considère l'identification et le recrutement de talents comme un acte clé de management et un élément déterminant pour la réussite à court, à moyen et à long terme de chacune de ses entités. Dans des activités où la créativité et le savoir-faire priment, il est essentiel de s'adjoindre les talents les plus performants, les plus adaptés et les plus porteurs d'avenir. Dans cet univers hautement compétitif, la différence se fait sur la qualité des équipes et de chacun des salariés qui les composent.

Depuis 2009, LVMH a décidé de mieux faire connaître les opportunités de carrière au sein de ce que le Groupe nomme son « écosystème ». Ceci constitue un facteur d'attraction unique dans le monde du luxe, qui permet de motiver les meilleurs candidats pour rejoindre une des Maisons du Groupe. Cette volonté de se donner les moyens de renforcer l'image de LVMH comme employeur de choix est déjà très largement reconnue en France. Ainsi, en 2011, LVMH s'est vu nommé à deux reprises « employeur préféré ». D'une part, par l'institut Universum qui a confirmé LVMH pour la sixième année consécutive au premier rang des entreprises préférées des étudiants d'écoles de commerce françaises, et d'autre part, par le cabinet Trendence qui a décerné au Groupe le premier prix dans la même catégorie pour la troisième année consécutive. La communication de ces bons résultats a été récompensée en mars 2011 par l'attribution à LVMH du premier prix de l'attractivité en tant qu'employeur dans la catégorie « biens de consommation » par la société de conseil RH Randstad. Ces distinctions couronnent les efforts de l'ensemble des Maisons du Groupe pour renforcer l'attractivité auprès des jeunes diplômés et ainsi se donner la chance d'attirer des personnalités diverses et talentueuses.

Au niveau mondial, Universum a consolidé les résultats des enquêtes nationales publiées en avril dernier et a positionné le Groupe dans le « Top 50 des Employeurs les plus Attractifs au Monde - Edition 2011 ». LVMH a fait son entrée dans ce

« Top 50 » pour la première fois en 2010 et a progressé de 12 places par rapport à l'année dernière pour se placer en 27^e position auprès des étudiants d'écoles de commerce. Cette attractivité s'est concrétisée en 2011 par une progression de 20 % des candidatures sur les sites Carrières de LVMH qui ont réceptionné plus de 190 000 dossiers de candidature.

LVMH cultive depuis de nombreuses années des partenariats privilégiés avec les écoles et les MBA les plus réputés sur les différents continents. Ainsi, le Groupe entretient une relation étroite avec des écoles en France : Essec (Chaire LVMH sur le marketing du Luxe), HEC (Séminaire d'intégration des étudiants internationaux), l'Institut d'Etudes Politiques de Paris, ou Sciences Po (Bourses pour des étudiants des Antilles). En outre, dans le domaine spécifique de la mode, les relations de proximité se poursuivent avec l'Institut Français de la Mode à Paris, le Central Saint Martins College of Art and Design à Londres, la Parsons School for Design à New York et la Hong-Kong Polytechnic University School of Design.

Le Groupe développe également des actions sur-mesure à l'international avec des universités et des *business schools* afin de satisfaire les demandes de plus en plus exigeantes des étudiants. LVMH est ainsi partenaire du réseau CEMS, alliance entre des groupes internationaux et les principales écoles de commerce et de gestion à l'échelle mondiale. Les « LVMH Rendez-Vous » permettent aux étudiants sélectionnés, outre d'assister à une présentation institutionnelle du Groupe, d'être initiés à l'univers du marketing des marques de Luxe. En 2011, ces « Rendez-Vous » ont eu lieu à LBS, INSEAD, MBA HEC, Melbourne Business School, Wharton. D'autre part, le « LVMH MBA Alumni Networking », organisé à Shanghai par les équipes Ressources Humaines d'Asie-Pacifique, rassemble le temps d'une soirée 180 alumni des plus grands MBA. Enfin, les « LVMH One-to-Ones » permettent à des étudiants pré-sélectionnés sur dossier de rencontrer sur leur campus des managers RH des Maisons du Groupe lors d'entretiens et de vivre une expérience créative unique.

Au total, sous des formes variées, une centaine d'événements sont organisés chaque année avec les écoles et les universités dans le monde, visant à faire connaître LVMH et ses Maisons.

En complément du développement de nos talents internes, le recrutement externe est un pilier stratégique de notre politique Ressources humaines. En 2011, vingt « Recruitment Days » ont été organisés à travers le monde pour recruter des collaborateurs et collaboratrices à fort potentiel avec un profil international. Cette méthodologie exigeante basée sur le principe de la mise en situations réelles est très prisée des candidats qui reçoivent un retour systématique et personnalisé de leur prestation. Elle concourt également à la professionnalisation des recruteurs (RH et opérationnels), qui sont tous formés en amont de la journée aux techniques d'observation et d'évaluation croisées.

Depuis 2009, le Code de conduite Recrutement est largement diffusé à l'ensemble des salariés exerçant une activité de recrutement dans le Groupe. Il précise l'éthique du recrutement chez LVMH et garantit la diffusion de règles équitables de recrutement, partagées par tous dans le monde. Il comporte quatorze engagements qui visent en particulier à prévenir toute forme de discrimination et promouvoir la diversité. L'éthique en matière de recrutement et le Code de conduite Recrutement sont appuyés par la formation « recruter sans discriminer ». Cette formation, déployée en 2011 auprès des responsables ressources humaines des différentes Maisons du Groupe, invite les participants à disséquer le processus de recrutement et à évaluer l'impact des stéréotypes et des préjugés dans le but de mieux prévenir le risque de discriminations à chaque étape du processus. Plus d'une centaine de responsables ressources humaines ont pu suivre

cette formation. Enfin, LVMH fait également réaliser, par un organisme indépendant et reconnu, des tests de discrimination de ses offres d'emploi publiées sur son site Internet. Par ce « testing sollicité », le Groupe veille de manière scrupuleuse et constante à l'excellence de ses pratiques en matière de recrutement.

1.1.3. Mouvements : recrutements, mobilités, départs

En 2011, les recrutements ont concerné 22 735 personnes sous contrat à durée indéterminée dont 2 869 en France. Plus de 5 200 personnes sous contrat à durée déterminée ont été recrutées en France. Les pics saisonniers des ventes, lors des fêtes de fin d'année et des vendanges, sont deux motifs importants de recours aux contrats à durée déterminée.

Le nombre de départs de salariés en contrat à durée indéterminée, tous motifs confondus, s'élève à 15 481 en 2011, dont plus de 46 % dans la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (75 %), et le licenciement individuel (14 %). Le contexte de crise mondiale d'une ampleur inhabituelle avait fortement ralenti les mouvements de personnel en 2009. La nette reprise du marché dans le secteur du luxe depuis 2010 s'est concrétisée par un fort accroissement des recrutements et des départs qui ont respectivement augmenté de 20 % et 9 % par rapport à l'année précédente.

Le taux de turnover global est stable par rapport à 2010 et varie sensiblement selon les zones géographiques : les taux les plus élevés se rencontrent en Amérique du Nord et en Asie où les marchés de l'emploi restent les plus fluides.

Turnover par zone géographique

(en %)	2011	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés	2010	2009
Turnover global ^(a)	19,1	9,8	15,8	27,6	9,3	25,6	19,7	19,3	18,2
dont : turnover volontaire ^(b)	14,3	4,6	11,0	22,6	8,5	20,3	15,2	13,5	11,4
turnover involontaire ^(c)	4,4	4,3	4,3	4,5	0,7	5,2	4,4	5,1	6,3

(a) Tous motifs.

(b) Démissions.

(c) Licenciements/fins de période d'essai.

Répartition des mouvements^(a) sous contrat à durée indéterminée par groupe d'activités et zone géographique

<i>(en nombre)</i>	Recrutements			Départs		
	2011	2010	2009	2011	2010	2009
Vins et Spiritueux	902	526	242	543	637	623
Mode et Maroquinerie	5 870	4 964	3 267	3 761	3 461	3 221
Parfums et Cosmétiques	4 559	4 213	2 709	3 504	3 185	2 665
Montres et Joaillerie	758	472	294	382	355	482
Distribution sélective	10 467	8 648	5 509	7 158	6 470	5 557
Autres activités	179	139	110	133	142	123
Total	22 735	18 962	12 131	15 481	14 250	12 671
France	2 869	2 268	1 416	1 879	1 838	1 679
Europe (hors France)	3 911	3 240	2 086	2 681	2 607	2 616
États-Unis	7 070	5 804	3 198	4 757	4 197	3 869
Japon	406	405	370	391	365	510
Asie (hors Japon)	7 124	6 266	4 271	4 915	4 431	3 327
Autres marchés	1 355	979	790	858	812	670
Total	22 735	18 962	12 131	15 481	14 250	12 671

(a) Sous contrat à durée indéterminée, incluant les titularisations CDD vers CDI et excluant les mobilités au sein du Groupe.

Le Groupe a fait de la mobilité interne, qu'elle soit géographique ou fonctionnelle, l'un des axes structurants de sa politique ressources humaines. La diversité des Maisons, leur forte identité ainsi que leur expertise métier dans des domaines très diversifiés favorisent ces deux formes de mobilité en offrant de nombreux parcours professionnels formateurs et adaptés aux aspirations et compétences de chacun. Pour faciliter ces mobilités à l'intérieur du Groupe, des revues mensuelles sont organisées afin de mettre en regard les opportunités de postes ouverts et les personnes souhaitant évoluer. Des résultats significatifs ont ainsi pu être atteints au cours des dernières années : plus de 1 700 évolutions de carrière par mobilité

interne ont été réalisées en 2011, soit un poste de cadre sur deux pourvu par mobilité. Parmi les points marquants, on note que deux tiers des postes clés sont actuellement occupés par des talents issus de mobilités internes et qu'environ 20 % des mobilités ont été mises en œuvre en 2011 vers une autre Maison du Groupe.

LVMH favorise également la mobilité d'une catégorie professionnelle à une autre en incitant ses collaborateurs à acquérir de nouvelles compétences notamment à travers des formations qualifiantes ou diplômantes. Plus de 4 300 collaborateurs ont été promus en 2011, soit 5,3 % de l'effectif CDI.

1.2. Temps de travail

1.2.1. Aménagement du temps de travail

Au niveau mondial 15 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 38 % travaillent en équipe ou en horaires alternants.

Effectif mondial concerné par les différentes formes d'aménagement du temps de travail : répartition par zone géographique

Effectif concerné ^(a) <i>(en %)</i>	Effectif mondial	France	Europe <i>(hors France)</i>	USA	Japon	Asie <i>(hors Japon)</i>	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	15	35	19	8	12	2	-
Temps partiel	20	11	20	42	1	6	17
Travail en équipe ou en horaires alternants	38	10	10	68	87	55	42

(a) Les pourcentages sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) en France. Pour les autres régions, ils sont calculés sur l'effectif CDI à l'exception du Temps partiel où les pourcentages sont calculés sur l'effectif total.

Effectif concerné en France par les différentes formes d'aménagement du temps de travail : répartition par catégorie professionnelle

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif France	Cadres	Techniciens Responsables d'équipe	Employés administratifs Personnel de vente	Personnel de production
Horaires variables ou aménagés	35	38	49	51	1
Temps partiel	11	3	6	24	7
Travail en équipe ou en horaires alternants	10	-	7	2	35
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	10	-	14	17	11

(a) Les pourcentages sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD).

1.2.2. Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 42,5 millions d'euros, soit en moyenne 1,5 % de la masse salariale mondiale.

Taux d'heures supplémentaires par région

(en % de la masse salariale)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Heures supplémentaires	1,5	1,3	1,9	1,3	2,0	1,5	1,1

1.2.3. Absentéisme

Le taux global d'absentéisme au sein du Groupe, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, se situe à 4,8 %. Il est stable par rapport aux années précédentes (4,8 % en 2010 et 5,2 % en 2009). Les deux causes principales d'absence sont la maladie (2,1 %) et la maternité (1,4 %). Le taux d'absentéisme dans les entités européennes est globalement deux fois plus élevé que celui constaté dans les autres régions géographiques.

Taux d'absentéisme^(a) par région et par motif

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	USA	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Maladie	2,1	3,6	3,2	0,9	0,4	1,4	1,1
Accidents de travail et de trajet	0,2	0,5	0,1	0,1	-	0,1	0,2
Maternité	1,4	1,4	2,7	0,5	3,1	1,0	0,9
Absences rémunérées (événements familiaux)	0,7	0,3	0,5	0,2	0,5	1,4	1,3
Absences non rémunérées	0,4	0,5	0,3	0,2	0,1	0,5	0,3
Taux global d'absentéisme	4,8	6,3	6,8	1,9	4,1	4,4	3,8

(a) Nombre de jours d'absences divisé par le nombre de jours théoriques travaillés.

1.3. Rémunérations

Les Maisons du Groupe offrent des rémunérations attractives et motivantes. Des enquêtes de salaire internationales prenant en compte la spécificité des métiers et secteurs d'activités sont réalisées annuellement et permettent ainsi de veiller en permanence à un positionnement favorable par rapport au marché. À travers des parts variables prenant en compte la performance individuelle et celle du Groupe, les cadres sont étroitement associés au succès des Maisons.

Des initiatives et outils propres à chaque entité sont mis en place afin de réduire l'écart de salaire entre les hommes et les femmes pour une même classification professionnelle. Les études et actions menées dans les Maisons concernent principalement

l'égalité professionnelle dans la rémunération, dans la promotion aux postes de positionnement élevé et dans la répartition des niveaux d'appréciation de la performance individuelle.

Les études menées en 2011 sur la répartition des niveaux de performance individuelle montrent ainsi une distribution identique pour les femmes et pour les hommes.

En 2011, la plupart des sociétés françaises du Groupe ont versé à l'ensemble de leur personnel des montants de participation et/ou d'intéressement très substantiels, en augmentation de 40 % par rapport aux années précédentes. Enfin, LVMH a poursuivi son programme d'attribution d'actions gratuites afin de fidéliser ses contributeurs les plus performants.

1.3.1. Rémunération moyenne

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

Effectif concerné (en %)	2011	2010	2009
Moins de 1 500 euros	1,3	4,0	7,8
1 501 à 2 250 euros	32,6	34,3	33,3
2 251 à 3 000 euros	22,3	21,9	21,6
Plus de 3 000 euros	43,8	39,8	37,3
Total	100,0	100,0	100,0

1.3.2. Frais de personnel

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

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Masse salariale brute - Contrats à durée déterminée ou indéterminée	2 807,6	2 528,8	2 295,8
Charges sociales patronales	720,4	653,5	592,9
Travail temporaire	140,0	113,4	85,5
Total frais de personnel	3 668,0	3 295,8	2 974,2

1.4. Responsabilité sociale

L'intégrité, la conscience permanente de son environnement et le respect de tous sont les fondements de la responsabilité sociale du groupe LVMH. Ce message a été très fortement relayé lors de la seconde convention mondiale de la Responsabilité sociale. Cet événement, réunissant plus de 200 dirigeants et managers, a permis de souligner les nombreux progrès accomplis depuis la première convention de 2007, que ce soit à travers des actions en faveur de la non-discrimination, de l'égalité professionnelle, du bien-être au travail, de l'insertion professionnelle, de l'emploi des personnes en situation de handicap, de l'éducation des enfants ou encore de la lutte contre l'exclusion. Ces réalisations témoignent de l'attention portée par les Maisons du groupe LVMH à l'impact de leurs activités et de leurs comportements sur les personnes, les communautés et les territoires dans lesquels elles agissent. L'obtention, lors des rencontres internationales de la diversité, du prix spécial du jury des trophées de la diversité, et ce pour la troisième année consécutive, témoigne de la confiance des parties prenantes externes dans le sérieux de la démarche menée par le groupe LVMH.

À l'issue de l'évaluation semestrielle conduite par le Financial Times Stock Exchange (FTSE), LVMH a satisfait, pour la deuxième année consécutive, à tous les critères requis pour intégrer le FTSE4Good Index qui est l'un des principaux indices boursiers en matière de responsabilité sociale.

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est en augmentation sensible par rapport à l'année précédente et représente 6,7 % du total de la masse salariale dans le monde, charges sociales comprises.

1.3.3. 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 2011 une charge globale de 138,1 millions d'euros, versée au titre de l'année 2010, en forte augmentation par rapport aux années précédentes.

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Participation	71,6	53,2	67,7
Intéressement	57,4	32,6	31,5
Abondement aux plans d'épargne	9,1	6,3	5,5
Total	138,1	92,1	104,7

LVMH est signataire du Pacte Mondial, de la Charte de la Diversité et de la Charte d'Engagement des Entreprises au service de l'Égalité des chances dans l'Éducation. Ces engagements sont concrètement mis en œuvre par les Maisons à travers diverses actions développées ci-dessous.

1.4.1. L'égalité homme-femme

La mixité professionnelle fait partie intégrante de la culture de LVMH. Les femmes représentent les trois quarts des effectifs totaux. Cette forte présence féminine est une caractéristique essentielle du Groupe. Elle est liée au fait que 85 % des clients sont des femmes mais elle s'explique aussi par la nature même des métiers de LVMH, très féminisés dans les Parfums et Cosmétiques (84 % de femmes), la distribution de produits de luxe (81 % de femmes) ou la Mode et Maroquinerie (72 % de femmes). À l'opposé, les emplois occupés par des hommes sont majoritaires dans les métiers des Vins et Spiritueux et représentent 64 % des effectifs de ce groupe d'activités.

Le Groupe compte également 62 % de femmes parmi ses cadres et plus de 35 % parmi les Comités de direction des Maisons. Six sociétés du Groupe ont à leur tête une Présidente : Krug, Fred, Loewe, Givenchy, Emilio Pucci et Acqua di Parma.

Représentativité des femmes dans les recrutements^(a) et dans les effectifs du Groupe

(% de femmes)	Recrutements			Effectifs Groupe		
	2011	2010	2009	2011	2010	2009
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	47	46	40	36	35	35
Mode et Maroquinerie	68	70	67	72	73	73
Parfums et Cosmétiques	85	86	87	84	84	82
Montres et Joaillerie	57	56	64	56	57	57
Distribution sélective	82	81	82	81	81	80
Autres activités	57	50	45	46	44	47
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	64	61	58	62	61	60
Techniciens/Responsables d'équipe	73	70	71	68	67	69
Employés administratifs/Personnel de vente	81	81	82	81	81	81
Personnel de production	55	66	54	63	64	63
Répartition par zone géographique						
France	74	72	71	69	68	67
Europe (hors France)	76	79	76	75	76	75
États-Unis	80	79	80	77	76	76
Japon	79	81	79	78	78	77
Asie (hors Japon)	75	77	78	75	76	75
Autres marchés	74	75	77	66	65	63
Groupe LVMH	77%	77%	77%	74%	74%	73%

(a) Sous contrat à durée indéterminée, incluant les mobilités et les titularisations CDD vers CDI.

L'égalité professionnelle est également présente dans les évolutions de carrière : 71 % des collaborateurs promus en 2011 sont des femmes.

La recherche de la mixité, garante de la diversité et de la complémentarité des sensibilités et comportements professionnels, imprègne tous les actes majeurs de la gestion des ressources humaines. Suivi des rémunérations, gestion de la mobilité internationale, accès aux formations managériales, exigence de diversité dans les successions aux postes-clés ou dans les recrutements de managers, LVMH met en œuvre ces programmes visant à faciliter l'accès des femmes aux postes à responsabilités. Pour le 100^e anniversaire de la Journée Internationale de la Femme, LVMH a ainsi organisé à Londres les 7 et 8 mars 2011 un événement qui a réuni une quarantaine de dirigeantes du Groupe. Cette rencontre a permis de traiter du sujet du leadership au féminin et de définir de nouveaux plans d'action pour promouvoir l'accès des femmes aux postes-clés. En 2011, LVMH a également signé la déclaration d'engagement « Davantage de femmes dans les Conseils d'administration, une promesse pour l'Europe ».

Différentes sociétés du Groupe (Hennessy, Le Bon Marché, Moët & Chandon, Benefit Cosmetics...) ont négocié des accords d'entreprise sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, prévoyant des dispositions concernant les conditions de travail, les rémunérations, les carrières et une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle avec notamment des mesures sur la parentalité masculine et le financement de places dans les crèches d'entreprise.

1.4.2. La politique en faveur des seniors

L'accès et le maintien dans l'emploi des salariés âgés constituent une préoccupation constante du Groupe. Sous l'impulsion de la DRH Corporate, des groupes de travail se sont attachés à mettre en œuvre une approche globale de gestion et de développement des collaborateurs seniors, et les sociétés du Groupe ont pu décliner cette politique en fonction de leurs caractéristiques propres. Dans ce cadre, parmi les différents axes retenus, 80 % des Maisons ont pris des engagements chiffrés sur l'aménagement des fins de carrières et 70 % sur l'amélioration des conditions de travail.

En France, 30 plans d'actions et 12 accords d'entreprise ont été mis en œuvre afin de favoriser le recrutement, l'emploi et le développement de carrière des salariés âgés de plus de 50 ans. Des sociétés comme Louis Vuitton ou Parfums Givenchy ont développé des dispositifs internationaux de tutorat « Senior – Jeune » pour veiller à la transmission de savoir-faire uniques.

Des Responsables ressources humaines issus de toutes les Maisons ont été formés au pilotage d'entretien de mi-carrière, selon un programme établi par la DRH Corporate, afin de mieux gérer les carrières des seniors et de proposer systématiquement aux collaborateurs de plus de 50 ans un bilan professionnel adapté. Des réunions d'information sur la retraite ont été mises en place pour les collaborateurs seniors.

D'autres mesures en faveur de l'emploi des seniors ont d'ores et déjà été prises dans plusieurs Maisons du Groupe. Parfums Givenchy, Guerlain, Moët & Chandon et Le Bon Marché ont signé avec leurs organisations syndicales des accords de Gestion

Prévisionnelle des Emplois et Compétences organisant et développant les perspectives de carrières des salariés seniors avec notamment des dispositions spécifiques facilitant les aménagements du temps de travail. Givenchy a mis en place un système de tutorat visant à faciliter la transmission des savoir-faire, en créant des binômes réunissant un premier ou second d'atelier (tuteur) et un apprenti. Kenzo a instauré une procédure de prévention de la discrimination par l'âge lors du recrutement. Moët Hennessy collabore, depuis 2007, avec un cabinet de recrutement spécialisé dans l'emploi des seniors. L'ensemble des sociétés du Groupe ont mis au point des « plans seniors ».

Un programme de formation « Gestes et postures » est également déployé au sein de tous les sites de production pour prévenir les troubles musculo-squelettiques et accompagner les déroulements de carrières par une politique d'amélioration des conditions de travail.

Dans le monde, 12,5 % des collaborateurs du groupe LVMH ont plus de 50 ans. Cette population représente 20 % de l'effectif en France.

1.4.3. L'emploi des personnes handicapées

En janvier 2011, le Groupe a signé sa seconde convention avec l'AGEFIPH, acteur majeur du handicap en France. Par cette nouvelle convention, LVMH renforce son engagement en matière de recrutement et de maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. À cet effet, le Groupe mobilise un réseau de plus de 30 correspondants handicap dans les Maisons à travers sa Mission Handicap. Ces correspondants sont régulièrement sensibilisés aux différentes thématiques que recouvre le handicap. En 2011, un intérêt plus particulier a été porté sur le handicap psychique. En France, entre 2007 et 2010, le taux d'emploi de personnes en situation de handicap est passé de 1,6 % à 3,7 % en normes officielles.

1.5. Développement des collaborateurs

La revue annuelle des organisations et des talents est un des processus clés de la dynamique de valorisation des ressources humaines. Cette revue mobilise l'attention des sociétés du Groupe en définissant les postes clés et plans de succession associés. Elle assure également l'identification et l'évolution des talents au sein du Groupe par des opportunités de carrière à court et moyen terme et la construction de plans de développement individuels pour préparer les collaborateurs à leurs responsabilités futures. LVMH met également en œuvre un outil régulier d'évaluation de la performance. Il permet de détecter les points forts et axes d'optimisation des collaborateurs, de mieux connaître leurs aspirations d'évolution et de proposer des actions concrètes pour les accompagner dans leur projet de carrière. Une formation en ligne, combinant vidéos et interactivité, est proposée aux 16 000 managers afin d'accompagner la mise en œuvre de ces outils de management de la performance et de développement personnel.

Le Groupe offre un cadre particulièrement propice au développement des carrières. Outre la mobilité interne au sein des

Le Groupe est particulièrement attentif au maintien dans l'emploi des salariés devenus handicapés, comme l'illustrent déjà les ateliers aménagés chez Moët & Chandon, Parfums Christian Dior ou Guerlain, qui permettent aux collaborateurs ayant des restrictions médicales de conserver leur emploi dans des conditions adaptées. Précurseur en la matière, Moët & Chandon crée en mars 2011 l'entreprise adaptée MHEA. Entreprise à part entière et employant au moins 80 % de travailleurs handicapés, MHEA offre ainsi la possibilité d'accueillir dans les meilleures conditions des salariés ayant été touchés par le handicap, tout en conservant leur condition de rémunération.

En matière de recrutement, LVMH a développé une méthodologie de recrutement « Handi-Talents » basée sur des mises en situations professionnelles, à l'attention des candidats handicapés. Ces sessions de recrutement innovantes - qui n'utilisent pas le CV des candidats - objectivent le recrutement et permettent d'identifier des aptitudes et des compétences transférables dans l'activité professionnelle.

Conformément à ses engagements internationaux, LVMH décline sa politique d'emploi des personnes handicapées au-delà des frontières : en Espagne, Loewe a noué un partenariat, piloté par des salariés volontaires, avec deux associations qui visent l'insertion des personnes handicapées mentales grâce à des méthodes pédagogiques innovantes, notamment par le dressage de chiens et la peinture. Au Japon, le recrutement de collaborateurs handicapés au sein des magasins Louis Vuitton et Marc Jacobs a conduit à l'aménagement de nombreux parcours de formation et à l'adaptation de postes.

La part de l'effectif en situation de handicap est en progression continue depuis plusieurs années, et les prestations sous-traitées au secteur protégé et adapté ont représenté un montant d'environ 6,5 millions d'euros en 2011, soit l'équivalent de plus de 160 emplois indirects.

différentes Maisons du Groupe, la formation constitue un autre levier puissant de construction des carrières, en permettant l'acquisition ou l'approfondissement de compétences nouvelles et en favorisant les échanges à l'intérieur et à l'extérieur du Groupe.

En 2011, l'engagement dans la formation des managers s'est encore accru, notamment dans le développement du leadership.

De nouveaux projets de formation en ligne ont prolongé la portée de cet investissement et participé à la croissance de l'activité de formation du management dans les régions. Cette année a aussi vu la mise en place d'un nouveau module de formation intitulé « Inspiring Entrepreneurs ». Un premier module intense et inventif s'est déroulé à Shanghai, un second se tiendra à Paris tout début 2012, puis un troisième à New York en mai. Outre les forums pour les cadres dirigeants se déroulant depuis de nombreuses années à la LVMH House de Londres ainsi qu'à San Francisco, New York et Hong Kong, l'année 2011 a vu, pour la première fois, la tenue de forums régionaux à Shanghai, Moscou et Tokyo. Cet effort sans

précédent a ainsi permis de quasiment doubler le nombre de managers pouvant participer à ces sessions. Au total, plus de 400 managers issus de plus de 30 Maisons et 30 pays ont bénéficié de l'investissement significatif d'experts et de dirigeants mondialement reconnus, ce au travers de 16 forums.

Toutes les régions ont enregistré une augmentation significative de l'investissement formation. De nouveaux programmes sur la compréhension du luxe ont également été introduits en Asie pour rendre encore plus efficace l'intégration

des nouveaux managers. En France, un programme avec le même objectif, intitulé « 360° of Luxury », et animé par plus de dix experts a été mis en place.

Une offre de formation diversifiée est proposée aux collaborateurs des Maisons afin d'accompagner leur évolution au sein du Groupe. Ainsi, en 2011, plus de 3 000 cadres ont participé à des stages et séminaires internes proposés par les quatre principaux centres de formation du Groupe en France, en Asie, au Japon et aux États-Unis.

Une grande partie de la formation s'effectue également au quotidien sur le lieu même du travail et n'est pas comptabilisée dans les indicateurs présentés ci-dessous :

Effectif mondial	2011	2010	2009
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	69,8	61,7	53,7
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	2,5	2,4	2,3
Nombre moyen de jours de formation par salarié	2,5	2,5	2,4
Coût moyen de la formation par salarié <i>(en euros)</i>	761	728	689
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	65,0	65,0	59,1

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présent au cours de l'exercice, à l'exception du taux de salariés formés au cours de l'année qui est calculé sur l'effectif CDI présent au 31 décembre de l'année.

L'investissement formation réalisé en 2011 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 69,8 millions d'euros, soit 2,5 % de la masse salariale. Après un recul en 2009 lié à une conjoncture difficile, les indicateurs de l'effort global de formation se stabilisent à des valeurs comparables à celles des années précédentes.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein se situe à environ 760 euros. Au cours de l'année 2011, le nombre total de jours de formation s'élève

à près de 227 500 jours, soit un équivalent d'environ 990 personnes en formation à temps complet sur toute l'année.

D'autres indicateurs, comme le taux de pénétration de la formation et le nombre moyen de jours de formation par salarié sont stables par rapport à 2010. Ainsi, 65 % des salariés ont eu accès à la formation en 2011 et le nombre moyen de jours de formation par personne ressort à 2,5 jours. L'investissement formation est réparti entre les catégories professionnelles et les zones géographiques selon le tableau ci-dessous.

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

	France	Europe <i>(hors France)</i>	USA	Japon	Asie <i>(hors Japon)</i>	Autres marchés
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	26,3	12,1	11,3	5,8	12,2	2,1
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	3,2	2,0	1,8	2,6	2,7	2,1
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	59,8	62,5	60,6	80,9	70,9	73,5
dont : Cadres	69	68	59	83	74	60
Techniciens et Responsables d'équipe	69	69	38	81	78	62
Employés administratifs et Personnel de vente	48	62	62	80	70	77
Personnel de production	55	57	60	92	62	82

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présent au cours de l'exercice, à l'exception du taux de salariés formés au cours de l'année qui est calculé sur l'effectif CDI présent au 31 décembre de l'année.

En outre, LVMH organise des séminaires d'intégration et de sensibilisation des nouveaux entrants à la culture du Groupe, à ses valeurs, à ses principes fondamentaux de management

et à la connaissance de ses marques. Plus de 23 100 salariés ont bénéficié de tels séminaires en 2011.

1.6. Hygiène et sécurité

En 2011, il a été dénombré 885 accidents de travail avec arrêt qui se sont traduits par 18 545 journées de travail perdues. Le taux de fréquence est en amélioration constante depuis

plusieurs années et le taux de gravité est stable. 275 accidents de trajet ont également été recensés, occasionnant 6 332 journées de travail perdues.

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

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence ^(a)	Taux de gravité ^(b)
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	173	12,61	0,29
Mode et Maroquinerie	170	3,30	0,06
Parfums et Cosmétiques	97	2,73	0,06
Montres et Joaillerie	19	3,45	0,09
Distribution sélective	408	7,10	0,16
Autres activités	18	5,74	0,03
Répartition par zone géographique			
France	421	13,61	0,33
Europe (hors France)	146	4,05	0,06
États-Unis	100	2,93	0,07
Japon	2	0,21	0,01
Asie (hors Japon)	164	4,22	0,06
Autres marchés	52	5,77	0,15
Groupe LVMH			
2011	885	5,59	0,12
2010	863	5,87	0,11
2009	811	5,98	0,13

(a) 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^(c).

(b) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées^(c).

(c) Pour les sociétés situées hors de France, le nombre total d'heures travaillées par salarié est estimé à 2 000 en équivalent temps plein. Cette valeur peut être légèrement différente des heures effectivement travaillées selon les pays.

Plus de 14,3 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en 2011. 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 près de 57,4 millions d'euros soit 2,1 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Plus de 17 900 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe dans le monde.

Le Groupe entend prévenir et traiter des phénomènes comme le harcèlement ou le stress au travail. En 2011, LVMH a donc poursuivi le plan de prévention des risques psychosociaux couvrant les points suivants : diagnostic/baromètre (Hennessy), comité de pilotage, formation et sensibilisation des acteurs,

cellule d'écoute (Parfums Christian Dior, Veuve Clicquot, Loewe, Guerlain, Sephora Inc...), revue de l'organisation du travail, aménagement vie professionnelle – vie privée, réaménagement des organisations et prévention du harcèlement.

Moët & Chandon, Le Bon Marché et Sephora ont signé des accords sur la prévention des risques psychosociaux prévoyant pour certains la création d'un Observatoire dédié, associant notamment la Médecine du travail et le CHSCT (Comité d'Hygiène, de Sécurité, et des Conditions de Travail). Parfums Christian Dior s'est engagé dans une démarche d'amélioration de la qualité de vie au travail et de prévention des risques psychosociaux, avec notamment la création d'un poste de responsable Prévention-Santé. Louis Vuitton a également développé un programme de prévention touchant l'ensemble de ses entités. D'autres initiatives innovantes ont été prises, en lien avec les services de santé au travail : par exemple des massages bien-être pour le personnel de production sur les sites de Guerlain et dans les ateliers de Céline lors des périodes intenses de préparation des défilés.

1.7. Relations professionnelles

1.7.1. 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 2011, les représentants du personnel ont participé à 1521 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'entreprise	513
Délégués du personnel	482
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	209
Autres	317
Total	1 521

Ces réunions ont notamment permis la signature de 127 accords d'entreprise, principalement dans le cadre de la

négociation annuelle sur les salaires et le temps de travail et de l'intéressement des salariés (accords d'intéressement, Plan Épargne Entreprise, accords relatifs au versement de la prime de partage des profits). Plus spécifiquement, des accords/avenants relatifs à l'emploi des personnes handicapées, à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, au dialogue social, à la prévention des risques psychosociaux ont été signés dans des sociétés du Groupe.

1.7.2. Œuvres sociales et prestations complémentaires

En 2011, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 14,6 millions d'euros, soit 1,8 % de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles par leur contribution aux Comités d'entreprise.

Les frais de restauration du personnel représentent un budget de 14,5 millions d'euros.

1.8. Relations avec les tiers

1.8.1. Collaborations avec les fournisseurs

LVMH s'attache à entretenir et promouvoir auprès de ses partenaires (fournisseurs, distributeurs, sous-traitants...) des collaborations responsables.

Depuis 2008, toutes les marques du Groupe ont adopté et mis en place le Code de conduite Fournisseurs qui matérialise les exigences du Groupe dans les domaines de la responsabilité sociale (liberté du travail, discrimination, harcèlement, travail des enfants, rémunérations, temps de travail, liberté syndicale, hygiène et sécurité...), de l'environnement (réduction des impacts, utilisation de technologies respectueuses de l'environnement, réduction des déchets, respect des réglementations et normes) et de la lutte anti-corruption. Toute collaboration avec un partenaire requiert l'engagement de ce dernier au respect de l'ensemble des principes éthiques qui constituent ce Code. Ce Code de conduite prévoit également le principe et les modalités du contrôle et de l'audit du respect de ces règles.

Parmi les nombreuses initiatives qui illustrent cet engagement, Moët & Chandon et Glenmorangie, par exemple, signent un engagement éthique avec leurs 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'Organisation Internationale du Travail (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. Donna Karan 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. Donna Karan 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 et Loewe demandent à tous leurs nouveaux fournisseurs 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 cette norme.

Les groupes de travail composés d'experts des différentes Maisons du Groupe ont présenté, comme chaque année, leurs avancements et leurs réalisations lors d'une réunion annuelle qui permet d'échanger les meilleures pratiques, de mettre en place des outils et référentiels communs et de définir de nouveaux axes de progrès.

En 2011, 453 audits sociaux et/ou environnementaux ont été réalisés, dont près de 80 % par des tiers spécialisés, chez 346 de nos fournisseurs. 380 audits ont porté sur des critères exclusivement sociaux. Plus d'un tiers de ces audits ont affiché des résultats en ligne avec nos exigences et 38 % présentaient des cas de non-conformité mineurs. Les audits dont les conclusions faisaient apparaître un besoin d'amélioration

significative de la part du fournisseur ou un cas de non-conformité majeure représentaient respectivement 21 % et 3 % des audits réalisés. Au total, 121 plans d'actions correctives ont été mis en place chez nos fournisseurs dont les résultats d'audits identifiaient des pistes d'amélioration.

Parmi les évolutions de l'année, le recours croissant aux pré-audits (43 pré-audits réalisés en 2011) a permis de mieux identifier en amont les pratiques des fournisseurs et, le cas échéant, de décider de ne pas collaborer avec ces derniers. D'autre part, certaines Maisons du Groupe ont été amenées à mettre fin à leur collaboration avec des fournisseurs dont les résultats d'audits sociaux faisaient apparaître des cas de non-conformité majeure avec notre Code de conduite.

Portées par une volonté d'amélioration continue, les Maisons du Groupe vont poursuivre en 2012 leurs plans d'audit des fournisseurs ainsi que le suivi des plans d'actions.

1.8.2. 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 ses marques, de nombreux emplois commerciaux sont créés dans l'ensemble des pays où le Groupe est présent, en particulier dans le cadre de l'extension du réseau de magasins en propre.

Les licenciements pour motif non inhérent à la personne, y compris les licenciements pour raison économique, représentent 2,6 % des départs toutes causes confondues.

De nombreuses sociétés du Groupe 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, et dont les deux tiers de l'effectif travaillent en dehors de la région parisienne, mène régulièrement des actions favorisant l'emploi local.

Acteurs économiques majeurs dans plusieurs bassins d'emploi, les sociétés du Groupe sont attentives aux spécificités sociales régionales et ont développé des partenariats, explicités ci-dessous, avec des associations ou des ONG afin d'accompagner l'insertion sociale et professionnelle des plus démunis.

1.8.3. Promotion de l'éducation et relations avec les établissements d'enseignement et les associations d'insertion

Dans le monde, des sociétés du Groupe se mobilisent pour faciliter l'accès à l'éducation pour les plus jeunes dans les territoires défavorisés ou frappés par un traumatisme. En Chine, Moët Hennessy Diageo parraine un groupe de collégiens de la région du Sichuan depuis le séisme de 2009, au travers d'un soutien scolaire assuré par les salariés et le

financement de matériel pédagogique. De même, à travers l'opération « Hand in Hand for Haiti » mise en place après le séisme de janvier 2010, DFS a participé à la reconstruction d'un complexe scolaire pour les enfants les plus démunis de la cité de Saint-Marc. En Amérique du sud, Moët Hennessy participe au Brésil à des actions d'insertion professionnelle de jeunes en difficulté ou issus de milieux défavorisés et propose, en Argentine, en partenariat avec des organismes de formation, des programmes d'éducation destinés aux familles des salariés. En Inde, Moët Hennessy supporte le travail d'Aseema, une association qui travaille à la promotion de l'éducation pour les enfants démunis de Mumbai, en sponsorisant une classe de 27 élèves. En Inde également, Moët Hennessy a organisé une campagne de levée de fonds afin d'améliorer les conditions de vie des habitants des quartiers défavorisés. En 2010, Louis Vuitton et SOS Villages d'Enfants ont scellé un partenariat mondial d'une durée de 5 ans avec pour mission de développer un programme intitulé « Partnership for Children's Futures ». L'objectif de ce projet est d'améliorer le futur des enfants défavorisés à travers le monde, un futur basé sur la sécurité, l'éducation et l'apprentissage. Ce partenariat fait appel aux valeurs de Louis Vuitton. Ainsi, la Maison accompagne le développement de programmes scolaires pour les enfants en Chine, aux Philippines, au Vietnam, en République Dominicaine et également en Europe. Suite au séisme dévastateur au Japon, en mars 2011, de nombreuses Maisons du Groupe (DFS, LVMH Fragrance Brands, Loewe, Fendi...) se sont mobilisées afin de récolter des dons.

Dans les pays, LVMH met également en place de nombreux partenariats et tisse de multiples liens avec des institutions éducatives locales pour mieux faire connaître les métiers du Groupe. Ces partenariats se concrétisent souvent par des bourses d'études et le financement d'écoles de mode et de maroquinerie. LVMH a noué au fil des années de solides liens avec l'Institut Français de la Mode, pour la formation de ses propres collaborateurs et le recrutement d'étudiants issus de l'Institut, dont la double formation est appréciée. LVMH est également un partenaire privilégié du réseau CEMS – Global Alliance in Management Education, qui participe à de nombreuses actions auprès de ses étudiants issus des meilleures universités de plus de vingt pays. Les principales sociétés participent plusieurs fois par an à des présentations sur les campus de ces universités.

Le Groupe développe des moyens et des partenariats pour soutenir l'accès à l'emploi des plus défavorisés. En France, de nombreuses actions en faveur de l'insertion professionnelle sont entreprises afin de permettre à tout collaborateur de devenir acteur de l'engagement sociétal du Groupe. Ainsi, dans le cadre du partenariat avec l'association « Nos Quartiers ont des Talents », une centaine de cadres expérimentés ont parrainé plus de 150 jeunes diplômés issus de quartiers défavorisés. Dans le cadre de partenariats avec des communes, des présentations des métiers de l'entreprise sont menées à destination des collégiens de ces villes, participant ainsi à l'orientation des jeunes, condition d'une insertion professionnelle réussie.

Depuis 2010, le groupe LVMH a noué un partenariat avec la ville de Montfermeil, ville cosmopolite et volontariste située en banlieue parisienne. Porté par une ambition commune

d'excellence, ce partenariat contribue à faciliter la promotion sociale des jeunes issus de quartiers défavorisés, au travers de l'accueil de stagiaires et de seniors. Dans ce cadre, la ville bénéficie également de l'appui du Groupe pour faire connaître la richesse de ses cultures et le talent de ses habitants qui s'expriment lors du défilé « Cultures et création ». Grâce à LVMH, la lauréate du défilé a ainsi pu exposer ses créations à l'occasion de l'édition 2011 de l'« Ethical Fashion Show » au Carrousel du Louvre à Paris. Dans le même esprit, pour la seconde année consécutive, Parfums Christian Dior a accompagné des personnes bénéficiaires des minima sociaux dans le retour à la vie professionnelle. Ce programme, réalisé en partenariat avec l'association PARE (Programme d'accompagnement de retour vers l'emploi), permet à des personnes éloignées du marché du travail de bénéficier d'un contrat de professionnalisation au sein de l'unité de production de Saint-Jean de Braye, concrétisé par l'obtention d'un diplôme professionnel. En janvier 2011, six diplômés ont été remis et cinq personnes embauchées. En novembre, une seconde promotion a vu huit personnes diplômées et six embauchées.

Toujours avec l'objectif de favoriser l'accès à l'entreprise sur le seul critère de la compétence et de l'engagement, LVMH adhère et participe au « Réseau national des entreprises pour

l'égalité des chances dans l'Éducation ». Cette association favorise les interventions d'entreprises dans des établissements situés en zones sensibles et accueille des stagiaires issus de leurs écoles et collèges.

Afin de favoriser l'intégration et l'insertion des jeunes par les études quel que soit leur milieu ou leur origine, LVMH finance dix bourses de l'association « Promotion des Talents » et, dans le cadre d'un partenariat avec Sciences Po, soutient également les étudiants défavorisés en leur accordant des bourses d'études et en permettant à des jeunes issus de cette filière d'être parrainés par des managers. De même, Hennessy finance des bourses d'études pour les étudiants afro-américains aux États-Unis.

Enfin, signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe a fortement développé l'apprentissage qui permet à des jeunes d'accéder plus facilement aux diplômes. Plus de 590 collaborateurs ont été accueillis en contrat d'alternance en 2011 en France. 80 % des personnes en contrat de professionnalisation sont en emploi durable à l'issue de celui-ci. Au 31 décembre 2011, on dénombrait plus de 610 jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dans l'ensemble des sociétés françaises.

1.9. Respect des conventions internationales

La prise en considération, dans chaque décision, de l'être humain, 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

d'absence de discrimination (sexe, race, religion, politique, etc.) telles que définies 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.

2. RAPPORT D'EXAMEN LIMITÉ DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR CERTAINS INDICATEURS SOCIAUX

À la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité d'un des Commissaires aux comptes du groupe LVMH, nous avons effectué un examen visant à nous permettre d'exprimer une assurance modérée sur certains indicateurs sociaux^(a) de l'exercice 2011 (« les Données ») sélectionnés par le Groupe dans le document de référence 2011 (section Ressources humaines du Rapport de gestion du Conseil d'administration). Les conclusions formulées ci-après portent sur ces seules Données et non sur l'ensemble des indicateurs sociaux publiés dans le document de référence 2011.

Ces Données ont été préparées sous la responsabilité de la Direction des ressources humaines, conformément au protocole interne de mesure et de reporting des données sociales consultable auprès de la Direction des ressources humaines Groupe (« le Référentiel »). Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'exprimer une conclusion sur ces Données sélectionnées.

Nature et étendue des travaux

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable.

Nous avons mis en œuvre des diligences limitées conduisant à une assurance modérée sur le fait que les Données sélectionnées ne comportent pas d'anomalie significative. Une assurance de niveau élevé aurait nécessité des travaux plus étendus.

Nous avons, pour les données sélectionnées :

- apprécié le Référentiel au regard de sa pertinence, sa fiabilité, son objectivité, son caractère compréhensible et son exhaustivité ;
- mené des entretiens au niveau de la Direction des ressources humaines et d'une sélection de filiales^(b) auprès des personnes concernées par l'application du Référentiel ;
- réalisé, dans les filiales sélectionnées, des sondages sur l'application du Référentiel et mené des tests de cohérence sur leur consolidation. Cette sélection de filiales représente 26,5 % du total des effectifs du Groupe.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de ces travaux aux experts en développement social de notre cabinet, sous la direction de M. Eric Dugelay.

Commentaires sur les procédures

La collecte de certaines données relatives à la formation (nombre de personnes formées et nombre d'heures de formation) et à la santé-sécurité (nombre d'accidents avec arrêt, nombre de jours d'arrêt) reste à renforcer dans certaines filiales.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie de nature à remettre en cause le fait que les Données sélectionnées ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel mentionné.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2012

L'un des Commissaires aux comptes,

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

[a] La vérification a porté sur la valeur «total Groupe» pour 2011 des indicateurs sociaux suivants : effectif total, nombre de cadres, turnover volontaire, turnover involontaire, embauches, pourcentage de femmes cadres, pourcentage de salariés formés au cours de l'année, nombre moyen de jours de formation par salarié, nombre d'accidents mortels, nombre d'accidents avec arrêt, taux de fréquence et taux de gravité.

[b] Filiales : Sephora NA (USA), Sephora SA (France), Louis Vuitton Malletier France (Société Louis Vuitton Services, Société Louis Vuitton Magasins, Société des Ateliers Louis Vuitton), MHCS (France), Parfums Christian Dior (France), Guerlain UK, Benefit Cosmetics UK.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

LVMH et l'environnement

1.	CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT	86
1.1.	<u>Consommation de ressources en eau, matières premières et énergie</u>	<u>86</u>
1.2.	<u>Conditions d'utilisation des sols; rejets dans l'air, l'eau et le sol</u>	<u>89</u>
1.3.	<u>Limitation des atteintes à l'équilibre biologique, aux milieux naturels, aux espèces animales et végétales protégées</u>	<u>91</u>
1.4.	<u>Protection de l'environnement au sein du Groupe</u>	<u>91</u>
2.	RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR UNE SÉLECTION D'INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX	94

1. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2011 le périmètre suivant :

- Sites de production, entrepôts et sites administratifs : 181 des 208 sites détenus et/ou exploités par les sociétés contrôlées par le Groupe sont couverts. Les 29 sites non couverts incluent principalement le site de production de Wen Jun Distillery, quatre ateliers Louis Vuitton récemment ouverts, ainsi que les sites administratifs de Benefit, Berluti, Donna Karan, Pucci, Fresh, Marc Jacobs, et Thomas Pink. La variation du périmètre du reporting par rapport à 2010 est constituée de l'intégration de Hublot. Pour Rossimoda, Chandon do Brasil et quelques sites de la holding, les données 2010 ont été reconduites. Les sites de production Bulgari et la tannerie Heng Long acquise en 2011 ne sont pas intégrés dans le périmètre environnement 2011. Leur intégration au périmètre environnement interviendra en 2012.
- Magasins : les magasins français de Céline et Guerlain, les magasins français et certains magasins internationaux de Louis Vuitton (28 % des surfaces de vente de Louis Vuitton, 14 % en 2010), Le Bon Marché à Paris, les magasins de DFS dans le monde, trois magasins italiens de Fendi, les magasins espagnols de Loewe, les magasins français de Sephora et certains magasins américains et canadiens de Sephora sont couverts. Le périmètre de reporting n'inclut pas les magasins exploités en franchise par les activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques ainsi que Montres et Joaillerie. Enfin, selon les indicateurs environnementaux concernés, le périmètre concerné peut varier sensiblement :
 - consommation d'énergie et émissions de gaz à effet de serre : 63 % des surfaces de vente des magasins américains et canadiens de Sephora sont couverts,

- consommation d'eau : 27 % des surfaces de vente des magasins français de Sephora et 59 % des surfaces de vente des magasins américains de Sephora sont couverts,
- production de déchets : les magasins de Céline et de Fendi, les magasins espagnols de Loewe, les magasins français de Sephora et les magasins de Louis Vuitton (à l'exception de certains magasins japonais) ne sont pas couverts ;

Pour les magasins, aucun autre indicateur environnemental n'est concerné.

En 2011, le périmètre de reporting des magasins couvre 40 % des surfaces de vente pour la consommation d'énergie et 26 % pour la consommation d'eau. Les indicateurs environnementaux des magasins non couverts sont déduits par extrapolation, à partir de ratios moyens réels par unité de surface de vente. L'intégration des magasins de Bulgari et des magasins russes de Ile de Beauté constituent les principales évolutions du périmètre concernées par cette extrapolation.

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. Les indicateurs retenus ont été sélectionnés par la Direction Environnement du Groupe et validés par le département Environnement et Développement Durable d'Ernst & Young, l'un des Commissaires aux comptes du Groupe. Depuis l'exercice 2002, le reporting environnemental Groupe annuel fait également l'objet d'une vérification par Ernst & Young, assisté de son département Environnement et Développement Durable.

Davantage d'informations et d'illustrations sont disponibles dans le Rapport Environnement LVMH 2011.

1.1. Consommation de ressources en eau, matières premières et énergie

1.1.1. 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, la fabrication des produits..., 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. Il convient toutefois de noter que les consommations d'eau pour les besoins agricoles sont évaluées par les sites avec une incertitude plus importante que les consommations d'eau pour les besoins de « process ».

(en m ³)	2011	2010	Évolution (%)
Besoins « process »	1 816 716	1 734 339	5
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	6 618 614	6 521 146	1

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a augmenté de 5 % en valeur absolue entre 2010 et 2011 et atteint environ 1,82 million de m³. Cette consommation inclut 26 % des surfaces de vente. La consommation d'eau des surfaces de vente exclues du périmètre (74 % des surfaces de vente totales) est estimée à 932 298 m³.

Consommation d'eau par groupe d'activités

<i>(besoins process, en m³)</i>	2011	2010	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	993 306	928 934	7
Mode et Maroquinerie	249 271	261 641	(5)
Parfums et Cosmétiques	202 274	213 450	(5)
Montres et Joaillerie	12 573	9 120	38 ^(a)
Distribution sélective	332 014	295 230	12 ^(b)
Autres activités	27 278	25 964	5
Total	1 816 716	1 734 339	5

(a) Évolution liée à l'intégration de Hublot et à l'augmentation de l'activité des Maisons de Montres et Joaillerie.

(b) Évolution liée à l'intégration de nouveaux magasins américains et canadiens de Sephora.

L'irrigation des vignes est une pratique autorisée et encadrée en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande en raison du climat. Elle est nécessaire à la vie des vignes. En outre, le Groupe a pris des mesures pour en limiter l'utilisation (récupération d'eau de pluie, mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau, pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte, anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation ou 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).

1.1.2. Consommation d'énergie

La consommation d'énergie 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 des sites du Groupe).

En 2011, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 554 354 MWh répartis entre les sources

suivantes : 67 % d'électricité, 19 % de gaz naturel, 6 % de fioul lourd, 5 % de fioul, 1 % de butane-propane, 1 % de vapeur et moins de 1 % d'énergies renouvelables. La consommation est stable par rapport à 2010.

Cette consommation provient, en ordre décroissant, des groupes d'activités Distribution sélective (36 %), Vins et Spiritueux (30 %), Mode et Maroquinerie (19 %) et Parfums et Cosmétiques (11 %) ; les 4 % restants proviennent des Montres et Joaillerie et des autres activités du Groupe.

La consommation d'énergie des surfaces de vente exclues du périmètre (60 % des surfaces de vente totales) est estimée à 315 972 MWh.

Après la réalisation des Bilans Carbone® et des audits énergétiques, différentes actions sont mises en œuvre par les Maisons en matière d'éclairage et de climatisation des magasins, qui sont l'une des principales causes d'émission de gaz à effet de serre du Groupe, et également en matière de transport, d'efficacité énergétique et de promotion des énergies renouvelables. Parmi les projets les plus significatifs de 2011, Louis Vuitton a achevé l'installation de 1 218 modules photovoltaïques sur la toiture de l'atelier de San Dimas en Californie, d'une capacité totale installée de 286,2 kW, couvrant 31 % des besoins en électricité du site.

Consommation d'énergie par groupe d'activités

<i>(en MWh)</i>	2011	2010	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	167 737	155 882	8
Mode et Maroquinerie	104 904	104 439	-
Parfums et Cosmétiques	60 939	70 816	(14) ^(a)
Montres et Joaillerie	10 083	7 217	40 ^(b)
Distribution sélective	196 623	196 266	-
Autres activités	14 068	19 805	(30) ^(c)
Total	554 354	554 425	-

(a) Évolution principalement liée à la réduction des consommations sur le site de production de Parfums Christian Dior, en France.

(b) Évolution liée à l'intégration de Hublot et à l'augmentation de l'activité des Maisons de Montres et Joaillerie.

(c) Évolution liée à la diminution de l'activité sur certains sites de la holding.

Consommation par source d'énergie en 2011

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Fioul	Butane Propane	Vapeur	Énergies renouvelables
Vins et Spiritueux	61 907	47 005	28 203	22 770	6 518	-	1 334
Mode et Maroquinerie	84 471	17 256	-	672	1 150	782	573
Parfums et Cosmétiques	37 380	22 549	-	61	-	779	170
Montres et Joaillerie	6 280	3 685	-	118	-	-	-
Distribution sélective	172 761	9 247	-	12 247	-	2 368	-
Autres activités	9 574	4 087	-	87	40	280	-
Total	372 373	103 829	28 203	35 955	7 708	4 209	2 077

1.1.3. Consommation de matières premières

Étant donné la diversité des activités du Groupe et la multiplicité des matières premières utilisées, le seul critère significatif, pertinent et commun à toutes les Maisons qui puisse être retenu pour l'analyse de la consommation de matières premières est la quantité, en tonnes, d'emballages primaires et secondaires mis sur le marché :

- Vins et Spiritueux : bouteilles, cartons, capsules...
- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...
- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis...
- Montres et Joaillerie : étuis et écrins...
- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets...

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

Emballages mis sur le marché

(en tonnes)	2011	2010	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	163 186	148 145	10 ^[a]
Mode et Maroquinerie	6 100	5 711	7
Parfums et Cosmétiques	23 798	21 974	8
Montres et Joaillerie	527	440	20 ^[a]
Distribution sélective	1 563	1 327	18 ^[a]
Total	195 174	177 597	10

[a] Les évolutions sont liées à l'augmentation de l'activité.

Répartition du poids total d'emballages mis sur le marché, par type de matériau, en 2011

(en tonnes)	Verres	Papier- carton	Plastiques	Métal	Textiles	Autres matériaux d'emballage
Vins et Spiritueux	138 675	19 965	1 757	1 298	55	1 436
Mode et Maroquinerie	-	4 984	17	-	100	999
Parfums et Cosmétiques	12 693	4 254	5 144	813	101	793
Montres et Joaillerie	-	208	-	-	-	319
Distribution sélective	253	215	1 004	53	38	-
Total	151 621	29 626	7 922	2 164	294	3 547

Les Maisons disposent de différents outils et formations adaptés leur permettant d'optimiser la prise en compte de l'environnement dans la conception de leurs produits. L'éco-conception concerne la réduction du poids et du volume

des emballages, le choix des composants et des matières premières, le recours à des processus de production plus économes en énergie ou encore des actions de mise en conformité avec le règlement REACH.

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

1.2.1. Utilisation des sols

Les pollutions du sol des implantations anciennes (élaboration du cognac, des vins et du champagne, fabrication des malles) ne sont pas importantes. Les sites de production plus récents sont généralement implantés sur des terres agricoles sans pollution provenant du passé. 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 encore été améliorée cette année. Ainsi, Moët & Chandon et Veuve Clicquot développent leur filière dite de « troisième voie » qui mixe l'utilisation de produits de synthèse, appliqués pendant la période critique qui encadre la floraison, et de produits biologiques, appliqués en début et fin de campagne quand la vigne est moins réceptive aux attaques.

1.2.2. 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 CO₂ (dioxyde de carbone) proviennent de la consommation d'énergie des sites, définie dans le paragraphe 1.1.2. Consommation d'énergie. 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). Les facteurs d'émission de CO₂ sont mis à jour chaque année pour chaque source d'énergie et notamment l'électricité. Cette mise à jour peut être à l'origine d'évolutions importantes.

Répartition des émissions par activité en 2011

<i>(en tonnes équivalent CO₂)</i>	Émissions de CO ₂ en 2011	Dont émissions de CO ₂ directes	Dont émissions de CO ₂ indirectes	Émissions de CO ₂ en 2010	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	39 416	25 327	14 089	37 380	5 ^(a)
Mode et Maroquinerie	32 714	4 011	28 703	25 199	30 ^(b)
Parfums et Cosmétiques	10 036	4 662	5 374	11 635	[14]
Montres et Joaillerie	1 001	791	210	742	35 ^(c)
Distribution sélective	69 593	5 224	64 369	72 281	[4]
Autres activités	2 602	875	1 727	3 021	[14]
Total	155 362	40 890	114 472	150 258	3

(a) Évolution liée à l'augmentation de l'activité.

(b) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites et magasins Louis Vuitton situés dans des pays avec une production d'électricité à fort contenu CO₂ ainsi qu'à la mise à jour des facteurs d'émission de CO₂ pour la production électrique.

(c) Évolution liée à l'intégration de Hublot et à l'augmentation de l'activité des Maisons de Montres et Joaillerie.

Les émissions de gaz à effet de serre des surfaces de vente exclues du périmètre (60 % des surfaces de vente totales) sont estimées à 158 074 tonnes équivalent CO₂. La prise en compte du changement climatique est inscrite depuis longtemps dans la politique de LVMH qui a réalisé, depuis 2002, le Bilan Carbone® de ses Maisons : Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Hennessy, Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Kenzo, Parfums Givenchy, Givenchy Couture, Make Up For Ever, DFS, Sephora et Le Bon Marché. Ces bilans font l'objet de mises à jour tous les trois ans.

1.2.3. Émissions dans l'eau

Les émissions importantes et pertinentes retenues sont les rejets de substances concourant à l'eutrophisation par les activités Vins et Spiritueux et Parfums et Cosmétiques. 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 pour la mesurer est la Demande Chimique en Oxygène (DCO), calculée après traitement des effluents dans les stations détenues en propre 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. En 2011, les rejets de DCO ont augmenté de 5 %. Particulièrement précieuse pour les métiers du Groupe, notamment pour les activités de Vins et Spiritueux et de Parfums et Cosmétiques, l'eau fait l'objet d'attentions particulières : chaque année, des objectifs ambitieux sont fixés pour en réduire la consommation et les efforts redoublent pour limiter les rejets.

DCO après traitement (tonnes/an)	2011	2010	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	2 227,3	2 107,0	6 ^(a)
Parfums et Cosmétiques	13,6	18,3	(26) ^(b)
Total	2 240,9	2 125,3	5

(a) Évolution liée à l'augmentation de l'activité.

(b) Évolution liée principalement à l'amélioration des procédés sur le site de production de Parfums Christian Dior, en France.

1.2.4. Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 89 % des déchets ont été valorisés en 2011 (92 % en 2010). L'évolution est principalement liée à une meilleure traçabilité de certains déchets de la Maison Estates & Wines. Parallèlement, la production de déchets a augmenté de 13 % en 2011.

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 tonnes)	Déchets produits en 2011	Dont déchets dangereux produits en 2011 ^(a)	Déchets produits en 2010	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	43 447	178	37 795	15
Mode et Maroquinerie	7 509	121	7 504	-
Parfums et Cosmétiques	7 379	896 ^(b)	6 819	8
Montres et Joaillerie	283	29	215	32 ^(c)
Distribution sélective	4 738	64	3 607	31 ^(d)
Autres activités	1 212	79	1 323	[8]
Total	64 568	1 367	57 263	13

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

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

(c) Évolution liée à l'intégration de Hublot et à l'augmentation de l'activité des Maisons de Montres et Joaillerie.

(d) Évolution liée à l'intégration des déchets de certains magasins de Sephora North America.

Valorisation des déchets en 2011

(en %)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	5	81	4	90
Mode et Maroquinerie	3	47	18	68
Parfums et Cosmétiques	5	68	24	97
Montres et Joaillerie	-	64	30	94
Distribution sélective	6	42	37	85
Autres activités	-	97	2	99
Total	5	73	11	89

1.3. Limitation des 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, le département Recherche & Développement est mobilisé sur l'ethnobotanique depuis des années. Il identifie à travers la planète les espèces végétales présentant un intérêt cosmétique particulier tout en participant à la préservation de ces espèces et au développement économique local. Ainsi, Guerlain est partenaire de la réserve naturelle de Tianzi en Chine, dans

le cadre d'une action de mécénat d'une durée de dix ans comprenant trois volets : la reforestation, l'introduction d'orchidées et un volet social pour les populations locales. La Maison a également lancé une action de culture raisonnée du Vétiver dans le sud de l'Inde sur les hauts plateaux de Coimbatore. Suite au séisme et au tsunami survenus au Japon en mars 2011 et indépendamment des dons effectués à la Croix-Rouge Japonaise, Louis Vuitton soutient le projet « Forest Are Lovers of the Sea » dont l'objectif est d'assainir les eaux de mer destinées à l'ostréiculture dans la préfecture de Miyagi via la plantation d'arbres. La Maison a également financé l'achat d'une forêt dans la région de Nagano dont le bois coupé est utilisé pour la fabrication d'abris et de meubles en faveur des populations sinistrées.

1.4. Protection de l'environnement au sein du Groupe

1.4.1. Organisation

Il existe au sein du Groupe une Direction de l'Environnement depuis 1992. En 2001, LVMH a établi une « Charte environnementale » signée par le Président du Groupe qui demande à chaque Maison 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, il a également ratifié en 2007 les Objectifs du Millénaire de Gordon Brown.

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 ;
- entreprendre des audits d'évaluation de la performance environnementale des Maisons ;
- 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 notation, pouvoirs publics...).

La Charte environnementale prévoit une appropriation par les différentes Maisons du Groupe qui doivent la décliner en fonction de leurs propres activités. L'ensemble des Maisons est engagé dans un système de management environnemental, et elles sont toujours plus nombreuses à se doter de leur propre commission environnement, chargée de déployer la démarche. Chaque Maison dispose d'un correspondant environnement. Ceux-ci sont réunis dans la « Commission Environnement LVMH », animée par la Direction de l'environnement du Groupe ; ils échangent via des réunions trimestrielles et un Extranet Environnement Groupe, LVMH Mind, accessible à tous.

Les sociétés de la quasi-totalité des groupes d'activités du Groupe ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement. Ces actions représentent un volume total de 15 602 heures, soit une augmentation de 24 % par rapport à 2010 (12 577 heures).

1.4.2. Démarches d'évaluation ou de certification

Chaque société du Groupe est responsable localement et doit, conformément à la Charte Environnement LVMH, élaborer et faire vivre son système de management de l'environnement, notamment en définissant des objectifs et plus précisément sa propre politique environnementale. 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.

Le Groupe demande à l'ensemble des Maisons de mettre en œuvre un système de management de l'environnement. Toutes les Maisons du pôle Cognac-Champagne-Vodka sont désormais certifiées ISO 14001. Guerlain a certifié en 2011 ses deux sites de production, son siège et les boutiques parisiennes. Après ses sites logistiques français, son siège du Pont Neuf à Paris et son atelier de Barbera en Espagne, Louis Vuitton poursuit ses démarches en matière de certification ISO 14001 tant dans ses ateliers français que sur ses sites de Fiesse en Italie. Enfin, Parfums Christian Dior a certifié son centre international de distribution de Saint-Jean de Braye en France et sa plateforme de distribution de Singapour.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie de LVMH est membre du « Responsible Jewellery Council » (RJC) qui rassemble plus de 260 professionnels mondiaux engagés dans la promotion de l'éthique, des droits humains et sociaux et des pratiques environnementales tout au long de la filière, de la mine au point de vente. Le RJC a élaboré un système de certification destiné aux membres impliqués dans le travail de l'or et du diamant nécessitant de se soumettre aux vérifications d'auditeurs accrédités indépendants. Les Maisons Bulgari, TAG Heuer, Chaumet et Fred ont été certifiées cette année. Zenith a été certifié en janvier 2012, tandis que Hublot et l'activité joaillerie de Louis Vuitton ont pour objectif d'être certifiés au premier semestre 2012.

Depuis l'exercice 2002, le reporting environnemental Groupe annuel fait l'objet d'une vérification, sur les données issues de LVMH, par le département Environnement et Développement Durable d'Ernst & Young, l'un des Commissaires aux comptes du Groupe.

1.4.3. 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 2011, 27 % des 208 sites industriels, logistiques ou administratifs ont été audités, soit 49 audits externes et 95 audits internes, certains sites pouvant être audités plusieurs fois dans l'année. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, couvrant 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 2011.

1.4.4. 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 2011, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est réparti comme suit :

- charges d'exploitation : 7,7 millions d'euros ;
- investissements : 7,9 millions d'euros.

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

Le montant des provisions pour risques environnementaux au 31 décembre 2011 est de 12,9 millions d'euros.

1.4.6. Objectifs que le Groupe assigne à ses filiales à l'étranger

Chaque filiale, quelle que soit sa situation géographique, applique 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 ainsi que la remontée d'indicateurs annuels inclus dans le présent chapitre.

1.4.7. Sécurité du consommateur

La politique du groupe LVMH sur la question sensible de l'utilisation des tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits finis est clairement définie : l'objectif est d'assurer la sécurité du consommateur de nos produits tout en prenant en compte le respect de la vie animale. C'est pourquoi, depuis 1989, les sociétés de Parfums & Cosmétiques ne pratiquent plus de tests sur animaux pour les produits qu'elles mettent sur le marché, bien avant l'interdiction officielle dans l'Union européenne datant de 2004. Le développement des méthodes alternatives aux tests sur animaux est un réel enjeu scientifique et le groupe LVMH continue d'y participer le plus activement.

En outre, le contexte réglementaire communautaire concernant les produits cosmétiques a changé avec l'adoption le 30 novembre 2009 du règlement (CE) n°1223/2009 du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne relatif aux produits cosmétiques. Ce texte, dont la totalité des dispositions vont entrer en application en juillet 2013, va remplacer la directive 76/768/CEE. L'objectif principal de la Commission à travers ce nouveau règlement est d'augmenter le niveau déjà élevé de sécurité des consommateurs de produits cosmétiques :

- en renforçant les aspects de responsabilité du fabricant : clarification des exigences minimales en matière d'évaluation de la sécurité des produits ;
- en renforçant la surveillance sur le marché : obligation de notification des effets indésirables graves aux autorités compétentes.

Le groupe LVMH travaille depuis déjà plusieurs mois à la mise en place de procédures afin d'être prêt lors de la mise en application du nouveau règlement. Ces actions sont d'autant plus essentielles que le règlement cosmétique inspire de plus en plus de législations au plan mondial.

D'autres textes réglementaires européens sont entrés en application, pour certains récemment, et intégrés dans les process du groupe LVMH :

- la réglementation SGH (Système Général Harmonisé) dont le but est d'harmoniser la classification et l'étiquetage des substances chimiques ;
- le règlement REACH qui rationalise et améliore l'ancien cadre réglementaire de l'Union européenne (UE) sur les produits chimiques. Les principaux objectifs de REACH sont d'assurer un niveau élevé de protection de la santé humaine et de l'environnement contre les risques que peuvent poser les produits chimiques, ainsi que la promotion de méthodes d'essai alternatives, la libre circulation des substances au sein du marché intérieur et le renforcement de la compétitivité et de l'innovation.

Le groupe LVMH est particulièrement vigilant quant au respect des textes réglementaires, des avis des comités scientifiques et des recommandations des associations professionnelles. Il se plie en outre à de strictes règles internes en matière de développement de nouveaux produits, règles qui sont également imposées aux fournisseurs du groupe LVMH.

Fidèle à cet engagement depuis plusieurs années, le groupe LVMH accompagne cette politique par une approche visant à anticiper les évolutions des réglementations internationales. Cette anticipation est rendue possible grâce au travail de nos experts qui participent régulièrement aux groupes de travail des autorités nationales et européennes et qui sont très actifs dans les organisations professionnelles. Le travail de veille sur toutes les nouvelles réglementations et sur l'évolution des connaissances scientifiques par nos experts conduit le groupe LVMH à s'interdire l'utilisation de certaines substances et à travailler à la reformulation de certains produits.

Ce niveau d'exigence très élevé permet de garantir la sécurité de nos produits cosmétiques non seulement au moment de leur mise sur le marché mais aussi pendant toute la durée de leur commercialisation. En effet, la mise en place d'un réseau de relation clientèle permet d'analyser toutes les réclamations émanant de nos consommateurs et d'assurer la cosmétovigilance de nos produits. Toute réclamation, que cela soit une intolérance ou une irritation sévère, est prise en charge par une équipe spécialisée et évaluée par un professionnel. Une consultation avec un dermatologue peut être proposée au consommateur. Enfin, l'analyse de ces réclamations et de ces cas de cosmétovigilance permettent d'explorer de nouvelles pistes de recherche et d'améliorer la qualité de nos produits.

2. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR UNE SÉLECTION D'INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

Aux Actionnaires,

A la suite de la demande qui nous a été faite, et en notre qualité de Commissaire aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, nous avons procédé à des contrôles visant à nous permettre d'exprimer l'assurance raisonnable qu'une sélection d'indicateurs environnementaux^(a) relatifs à l'exercice 2011 (ci-après les « Indicateurs ») ont été établis, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au protocole de reporting environnemental LVMH, dans sa version n°8 en date du 4 octobre 2011 (ci-après le « Référentiel »).

Les Indicateurs sont présentés dans le document de référence au niveau de la partie « LVMH et l'environnement » du Rapport de gestion du Conseil d'administration.

Il relève de la responsabilité de la Direction environnement de LVMH d'établir les Indicateurs, le Référentiel et d'en assurer la mise à disposition.

Il nous appartient, sur la base de nos contrôles, d'exprimer une opinion sur ces Indicateurs. Nos contrôles ont été conduits conformément au standard international ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements) de l'IFAC (International Federation of Accountants) de décembre 2003, dans le respect des règles d'indépendance définies par les textes législatifs et réglementaires ainsi que par le code de déontologie de la profession.

L'opinion formulée ci-après porte sur ces seuls Indicateurs et non sur l'ensemble des indicateurs environnementaux contenus dans le document de référence au niveau du paragraphe 1 de la partie « LVMH et l'environnement » du Rapport de gestion du Conseil d'administration. Cette opinion ne couvre pas les données des activités de vente de détail non intégrées directement au périmètre du processus de remontée des indicateurs environnementaux et faisant l'objet d'une estimation par extrapolation.

2.1. Nature et étendue des contrôles

Pour nous permettre d'exprimer notre opinion, nous avons conduit les contrôles suivants :

- Nous avons apprécié le Référentiel au regard de sa précision, sa clarté, son objectivité, son exhaustivité et sa pertinence par rapport aux activités du Groupe et aux pratiques de reporting du secteur.
- Au niveau du Groupe, nous avons :
 - mené des entretiens auprès des responsables du reporting des Indicateurs,
 - mené une analyse des risques d'anomalie et de la matérialité,
 - évalué l'application du Référentiel, mis en œuvre des procédures analytiques et des tests de cohérence, et vérifié, sur la base de sondages, la consolidation des Indicateurs.
- Nous avons sélectionné un échantillon de Maisons représentatives des activités et des implantations géographiques, en fonction de leur contribution aux Indicateurs et des risques d'anomalie identifiés préalablement :
 - les entités sélectionnées représentent en moyenne 65 % de la valeur totale des Indicateurs publiées par LVMH^(b),
 - À ce niveau, nous avons vérifié la compréhension et l'application du Référentiel, et mené des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier les formules de calcul et à rapprocher les données avec les pièces justificatives.
- Nous avons revu la présentation des Indicateurs figurant dans le document de référence au niveau de la partie « LVMH et l'environnement » du Rapport de gestion du Conseil d'administration.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de ces travaux, à nos équipes spécialisées en matière de développement durable placées sous la responsabilité de M. Eric Duvaud.

Compte tenu des contrôles réalisés depuis neuf exercices sur les entités significatives du Groupe et des actions menées par LVMH pour améliorer la compréhension et l'application du Référentiel par les sites, nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion formulée ci-après.

2.2. Informations sur le Référentiel

Le Référentiel appelle de notre part les commentaires suivants :

- Concernant les activités de vente de détail, LVMH distingue les données issues directement du processus de remontée des Indicateurs de celles estimées par extrapolation. La part des données estimées a diminué cette année mais demeure significative.
- Le déploiement des contrôles internes sur les processus de remontée des Indicateurs, engagé depuis plusieurs exercices, est globalement satisfaisant, mais présente des hétérogénéités importantes entre les Maisons : il devra être systématisé et renforcé, en particulier pour les Maisons où des écarts ont été constatés et qui contribuent de façon significative aux Indicateurs du Groupe.
- Concernant l'indicateur « Pourcentage de valorisation des déchets », LVMH a réalisé des progrès significatifs quant à la justification des filières de traitement des déchets. Les efforts engagés devront être poursuivis et renforcés, en particulier par les Maisons dont la justification des filières n'est pas systématique.

2.3. Opinion

A notre avis, les Indicateurs ont été établis, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

Paris-La Défense, le 16 février 2012

L'un des Commissaires aux comptes

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot Gilles Cohen

(a) Pourcentage de sites ayant fait l'objet d'audits environnementaux (%); consommation totale d'eau pour les besoins «process» (m³); DCO totale après traitement (tonnes/an); total de déchets produits (tonnes); total de déchets dangereux produits (tonnes); pourcentage de valorisation des déchets (%); consommation d'énergie totale (MWh); émissions totales de CO₂ (tonnes équivalent CO₂); total d'emballages mis sur le marché (tonnes).

(b) Les contributions par indicateur sont les suivantes : pourcentage de sites ayant fait l'objet d'audits environnementaux : 49 %; consommation totale d'eau pour les besoins «process» : 62%; DCO totale après traitement : 96%; total de déchets produits : 69%; total de déchets dangereux produits : 59%; pourcentage de valorisation des déchets : 71%; consommation d'énergie totale : 53%; émissions totales de CO₂ : 46%; total d'emballages mis sur le marché : 80%.

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1.	GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	98
1.1.	Conseil d'administration	98
1.2.	Composition et fonctionnement	98
1.3.	Direction générale	99
1.4.	Comité d'audit de la performance	99
1.5.	Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations	100
1.6.	Collège des Censeurs	100
1.7.	Participation aux Assemblées générales	100
1.8.	Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	101
1.9.	Politique de rémunération des mandataires sociaux	101
2.	PROCÉDURES DE GESTION DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE	102
2.1.	Périmètre et principes d'organisation et de formalisation	102
2.2.	Principes généraux de gestion des risques	103
2.3.	Principes généraux de contrôle interne	104
2.4.	Les acteurs de la gestion du risque et du contrôle interne	107
2.5.	La gestion des risques et le contrôle interne propres à l'information financière et comptable	108
3.	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	111

Établi conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce, ce rapport a été approuvé par le Conseil d'administration dans sa délibération du 2 février 2012.

Il a pour objet de rendre compte de la composition du Conseil d'administration de la Société, des conditions

1. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

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 et la défense de l'intérêt social. Il a pour missions principales l'adoption des grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et le suivi de leur mise en œuvre, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations relatives à la Société et au Groupe et la protection du 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.

Le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF est celui auquel se réfère la Société. Ce code est consultable sur le site www.code-afep-medef.com.

Le Conseil d'administration est doté d'une Charte qui fixe, notamment, les règles régissant sa composition, ses missions, son fonctionnement et ses responsabilités.

Deux Comités, le Comité d'audit de la performance et le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, dont la composition, le rôle et les missions sont définis par un

1.2. Composition et fonctionnement

- Le Conseil d'administration, au cours de sa réunion du 2 février 2012, a proposé de soumettre à l'Assemblée générale du 5 avril 2012 la nomination de Messieurs Antoine Arnault, Albert Frère, Gilles Hennessy, Yves-Thibault de Silguy et Lord Powell of Bayswater en qualité d'Administrateur.

- Le Conseil d'administration, sous réserve des décisions de l'Assemblée générale du 5 avril 2012, sera donc composé de dix-sept membres : Mesdames Delphine Arnault, Bernadette Chirac et Marie-Josée Kravis, ainsi que Messieurs Bernard Arnault, Antoine Arnault, Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Pierre Godé, Gilles Hennessy, Yves-Thibault de Silguy, Francesco Trapani, Hubert Védrine et Lord Powell of Bayswater. Huit d'entre eux : Mesdames Bernadette Chirac et Marie-Josée Kravis ainsi que Messieurs Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine sont considérés comme indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société.

de préparation et d'organisation de ses travaux, de la politique de rémunération des dirigeants et mandataires sociaux ainsi que des procédures de gestion des risques et de contrôle interne mises en place par celui-ci et notamment les procédures qui sont relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

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 fonction. Ces documents figurent dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

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'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la Société et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs. Ils doivent également l'informer de toute condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés. Aucune information n'a été communiquée au titre de cette obligation.

Les Administrateurs doivent statutairement détenir directement et personnellement un minimum de 500 actions de la Société.

Les informations personnelles concernant les Administrateurs figurent dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

Le Conseil d'administration, lors de sa réunion du 2 février 2012, a apprécié et revu la situation de chaque Administrateur et candidat aux fonctions d'Administrateur notamment au regard des critères d'indépendance énoncés par le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF, et a considéré que :

(i) Mesdames Bernadette Chirac et Marie-Josée Kravis, et Messieurs Charles de Croisset, Diego Della Valle, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine, remplissent l'ensemble de ces critères ;

(ii) Monsieur Nicholas Clive Worms doit être considéré, compte tenu de sa situation personnelle, comme membre indépendant nonobstant son appartenance au Conseil d'administration de la Société depuis plus de douze ans ;

(iii) Monsieur Albert Frère doit être considéré, compte tenu de sa situation personnelle, comme membre indépendant nonobstant son appartenance au Conseil d'administration de la Société depuis plus de douze ans et aux organes de direction de Groupe Arnault SAS.

- Au cours de l'exercice 2011, le Conseil d'administration s'est réuni six fois sur convocation de son Président. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 81 % en moyenne.

Le Conseil a arrêté les comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels et s'est prononcé notamment sur l'apport des titres Bulgari détenus par la famille Bulgari et le lancement d'une Offre publique d'achat portant sur les titres détenus par les minoritaires de cette société, les grandes orientations et décisions stratégiques du Groupe, le budget, la rémunération des mandataires sociaux, la mise en place de plans d'attribution d'actions gratuites, les modifications de la composition du Conseil d'administration, l'autorisation de cautions au profit de tiers et de diverses conventions conclues entre sociétés apparentées, et le renouvellement de l'autorisation d'émettre des emprunts obligataires. Il a procédé à l'évaluation de sa capacité à répondre aux attentes des actionnaires en passant en revue sa composition, son organisation et son fonctionnement et modifié sa Charte et les Règlements intérieurs du Comité d'audit de la performance et du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, notamment pour préciser les missions du Conseil d'administration et du Comité d'audit de la performance ainsi que la durée des « fenêtres négatives » pendant lesquelles les Administrateurs ne peuvent intervenir sur les titres de la Société. Enfin, il a été tenu informé des dispositions adoptées par la Société en matière d'égalité professionnelle et salariale.

- Dans sa séance du 2 février 2012, le Conseil d'administration a procédé à l'évaluation formalisée de sa capacité à répondre aux attentes des actionnaires. Il a passé en revue sa composition, son organisation et son fonctionnement en s'appuyant sur un

1.3. 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.

1.4. Comité d'audit de la performance

Le Comité d'audit de la performance a pour missions essentielles d'assurer le suivi du processus d'élaboration de l'information financière, de l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques ainsi que du contrôle légal des comptes sociaux et consolidés par les Commissaires aux comptes. Il pilote la procédure de sélection des Commissaires aux comptes et veille à leur indépendance.

Il est actuellement composé de trois membres (dont deux indépendants), désignés par le Conseil d'administration.

questionnaire adressé à chacun des Administrateurs avant la réunion. Le Conseil a considéré que sa composition est équilibrée quant au pourcentage d'Administrateurs extérieurs, eu égard à la répartition de son capital et quant à la diversité et à la complémentarité des compétences et expériences de ses membres.

Le Conseil a constaté que :

- les Administrateurs jugent satisfaisante la composition du Conseil au regard de la diversité et de la complémentarité des compétences et des expériences, tout en recommandant que les femmes y soient mieux représentées ;
- la fréquence des réunions et la qualité des informations qui sont communiquées (orientations stratégiques, marche des affaires, états financiers, budget et plan à trois ans) donnent satisfaction aux Administrateurs ;
- les Administrateurs estiment que le Conseil joue son rôle au regard de ses objectifs que sont l'accroissement de la valeur d'entreprise et la défense de l'intérêt social ;
- la Charte du Conseil, les règles de répartition des jetons de présence et le nombre d'actions que doit détenir chaque Administrateur n'appellent pas d'observations particulières de la part des Administrateurs ;
- il en est de même de la composition des deux Comités et de la qualité de leurs travaux.

En outre, la façon dont le Groupe entend prendre en compte les évolutions économiques et financières qui se dessinent, a donné lieu à des échanges entre les Administrateurs et les dirigeants.

Le Conseil a également mis en place par tirage au sort un échelonnement équilibré de l'échéance des mandats des Administrateurs.

Enfin, le Conseil a modifié le règlement intérieur du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations en vue notamment de préciser son rôle concernant la rémunération des cadres dirigeants du Groupe ainsi que les règles relatives à la retraite complémentaire des membres du Comité exécutif.

Sur proposition du Président-directeur général, le Conseil d'administration a nommé un Directeur général délégué, Monsieur Antonio Belloni, qui dispose des mêmes pouvoirs que le Directeur général.

Les membres actuels du Comité d'audit de la performance sont Messieurs Antoine Bernheim (Président), Nicholas Clive Worms et Gilles Hennessy.

Le Comité d'audit de la performance s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2011. Toutes les réunions du Comité se sont tenues en présence de l'ensemble de ses membres, à l'exception de deux d'entre elles à laquelle un membre n'a pu se rendre.

Participent également à ces réunions les Commissaires aux comptes, le Directeur financier, le Directeur du Contrôle de gestion, le Directeur de l'Audit interne, le Directeur comptable, le Directeur fiscal, le Directeur juridique, et en fonction des sujets abordés, le Directeur du financement et de la trésorerie, le Directeur des risques et assurances et le Directeur des services informatiques.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels, en liaison avec l'analyse détaillée de l'évolution des activités et du périmètre du Groupe, les travaux du Comité ont

porté principalement sur les points suivants : les conditions et modalités de l'acquisition de Bulgari et de son intégration dans les comptes, ainsi que des autres acquisitions de l'exercice, en particulier la prise de contrôle de Ile de Beauté, le suivi de la participation dans Hermès, les valorisations des marques et écarts d'acquisition, les évolutions des normes comptables pouvant concerner LVMH, les procédures de gestion des risques et de contrôle interne, les structures, les réalisations et les principales conclusions des travaux de l'audit interne, les couvertures de change et enfin la situation fiscale du Groupe.

1.5. 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 rémunération, les avantages en nature, les actions gratuites 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(aux) délégué(s) de la Société ainsi que sur la répartition des jetons de présence versés par 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.

Il est actuellement composé de trois membres (tous indépendants), désignés par le Conseil d'administration. Les membres actuels du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations sont Messieurs Antoine Bernheim (Président), Charles de Croisset et Albert Frère.

Le Comité s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2011 en présence de la majorité de ses membres. Il a (i) émis des propositions relatives à la rémunération fixe et variable du Président-directeur général et du Directeur général délégué ainsi qu'à l'attribution d'actions gratuites de performance à ces mêmes personnes et (ii) rendu des avis sur la rémunération,

les actions gratuites de performance et les avantages en nature attribués à certains Administrateurs par la Société ou ses filiales et la mise en place de plans d'intéressement à moyen terme au bénéfice de Messieurs Gilles Hennessy et Francesco Trapani. Il a également émis un avis sur les nominations à soumettre au vote de l'Assemblée générale.

En outre, le Comité a émis un avis sur la situation de l'ensemble des Administrateurs au regard, notamment, des critères d'indépendance énoncés par le Code AFEP/MEDEF.

Préalablement au Conseil d'administration du 2 février 2012, le Comité a émis des recommandations, notamment sur (i) la rémunération variable au titre de l'année 2011 du Président-directeur général, du Directeur général délégué et des Administrateurs recevant une rémunération de la Société ou de ses filiales ainsi que sur (ii) la rémunération fixe de ces mêmes personnes pour 2012. Il a émis un avis sur les nominations à soumettre au vote de l'Assemblée générale et fait des recommandations sur la représentation des femmes au sein du Conseil d'administration et le rééquilibrage dans le temps de l'échéance des mandats des Administrateurs.

En outre, le Comité a exprimé le souhait de disposer d'informations plus détaillées sur les systèmes de rémunération et d'incitation des cadres dirigeants du Groupe.

1.6. 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.

1.7. Participation aux Assemblées générales

Les modalités de participation des actionnaires aux Assemblées générales et, notamment, les conditions d'attribution d'un droit de vote double aux actions détenues sous la forme

nominative, sont définies à l'article 23 des statuts (voir partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence).

1.8. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

Les informations relatives aux éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique visées à l'article L. 225-100-3 du Code de commerce figurent dans le « *Rapport de gestion du*

Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence.

1.9. 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 des Censeurs conformément à la règle définie par le Conseil d'administration sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, à savoir :

- (i) deux unités pour chaque Administrateur ou Censeur ;
- (ii) une unité additionnelle pour les fonctions de membre d'un Comité ;
- (iii) deux unités additionnelles pour les fonctions de membre et Président d'un Comité ;
- (iv) deux unités additionnelles pour les fonctions de Président ou de Vice-Président du Conseil d'administration de la Société ;

étant précisé que le montant correspondant à une unité est obtenu en divisant le montant global des jetons de présence par le nombre total d'unités à servir.

Le paiement d'une partie des jetons de présence des Administrateurs est subordonné à leur participation aux réunions du Conseil d'administration et, le cas échéant, du ou des Comités dont ils sont membres. Un abattement est appliqué sur un montant correspondant aux deux tiers des jetons visés au (i) ci-dessus, proportionnel au nombre de réunions du Conseil auxquelles l'Administrateur concerné n'a pas participé. En outre, pour les membres des Comités, un abattement est appliqué sur les jetons complémentaires visés aux (ii) et (iii) ci-dessus, proportionnel au nombre de réunions du Comité dont il est membre auxquelles l'Administrateur concerné n'a pas participé.

Au titre de l'exercice 2011, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'administration un montant brut de 1 036 875 euros à titre de jetons de présence.

Il est proposé à l'Assemblée générale de porter le montant de l'enveloppe globale à 1 260 000 euros.

Le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations est tenu informé du montant des jetons de présence versés aux dirigeants mandataires sociaux par les filiales du Groupe dans lesquelles ils exercent des mandats sociaux.

Autres rémunérations

La rémunération des dirigeants mandataires sociaux est déterminée par référence aux principes énoncés dans le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF.

Les rémunérations et avantages accordés aux mandataires sociaux sont fonction principalement du niveau des responsabilités attachées à leurs fonctions et de leurs performances individuelles ainsi que des résultats du Groupe et de l'atteinte des objectifs visés. Ils tiennent également compte des rémunérations versées par les entreprises comparables en termes de taille, de secteurs d'activités et d'implantation internationale.

Une partie de la rémunération versée aux mandataires sociaux dirigeants repose sur l'atteinte d'objectifs financiers d'une part, d'ordre qualitatif d'autre part. Pour le Président-directeur général, les objectifs quantitatifs et qualitatifs pèsent à part égale dans la détermination du bonus ; pour le Directeur général délégué, ils comptent respectivement pour 2/3 et 1/3. Les critères financiers sont l'évolution du chiffre d'affaires, du résultat opérationnel et de la génération de fonds (cash flow), chacun de ces trois éléments comptant pour un tiers. La partie variable est plafonnée à 180 % de la rémunération fixe pour le Président-directeur général, et à 120 % de celle-ci pour le Directeur général délégué.

Le détail des rémunérations et avantages en nature accordés au Président-directeur général et au Directeur général délégué figure dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration* – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence.

Lors de sa réunion du 4 février 2010, le Conseil d'administration a approuvé, conformément aux dispositions de l'article L. 225-42-1 du Code de commerce, la clause de non-concurrence figurant dans le contrat de travail de Monsieur Antonio Belloni – contrat suspendu pendant la durée de son mandat de Directeur général délégué ; cet engagement de non-concurrence d'une durée de douze mois prévoit le versement chaque mois d'une indemnité compensatoire égale à la rémunération mensuelle à la date de cessation des fonctions majorée du douzième du dernier bonus perçu.

Sous réserve de cette clause, aucun mandataire social dirigeant de la Société ne bénéficie, en cas de départ, de dispositions lui accordant à cette occasion une indemnité spécifique ou dérogeant aux règles relatives à l'exercice des plans d'options ou à l'attribution définitive des actions gratuites de performance.

Les mandataires sociaux sont éligibles aux plans d'options ou d'actions gratuites de performance mis en place par la Société. Les informations relatives aux conditions et modalités d'attribution de ces plans figurent dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration* – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence.

Les membres du Comité exécutif du Groupe, salariés ou dirigeants de sociétés françaises, justifiant d'une présence d'au

moins six ans au sein dudit Comité, bénéficient d'un complément de retraite sous réserve qu'ils liquident leurs retraites acquises au titre des régimes externes simultanément à la cessation de leurs fonctions dans le Groupe, cette condition n'étant pas requise s'ils quittent le Groupe à l'initiative de ce dernier après l'âge de 55 ans et ne reprennent aucune activité professionnelle jusqu'à la liquidation de leurs retraites externes. Ce complément de retraite est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées perçues au cours de leur carrière dans le Groupe, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale. Le complément de retraite annuel est égal à la différence entre 60 % de ladite

rémunération de référence (avec un plafond de 763 812 euros au 1^{er} janvier 2012) et la totalité des pensions servies par le régime général de la Sécurité sociale et les régimes complémentaires, notamment, de l'ARRCO et de l'AGIRC. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2011 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la Note 30 de l'annexe aux comptes consolidés.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toutes missions spécifiques qui leur sont confiées par le Conseil d'administration. Son montant est déterminé par le Conseil d'administration et communiqué aux Commissaires aux comptes de la Société.

2. PROCÉDURES DE GESTION DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE

Cette partie du rapport s'appuie sur le cadre de référence de l'AMF du 22 juillet 2010 relatif aux dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne et tient compte des évolutions législatives et réglementaires intervenues depuis 2007, notamment la loi du 3 juillet 2008 et l'ordonnance du 8 décembre 2008. Dans la continuité des

actions suivies depuis 2008 lors de la publication du premier référentiel, le Groupe, en 2010, a revu le niveau d'adéquation de ses dispositifs au regard de ce nouveau cadre et a décidé de suivre la nouvelle structure proposée pour la rédaction de cette partie du Rapport du Président.

2.1. Périmètre et principes d'organisation et de formalisation

LVMH rassemble un ensemble de cinq principaux groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective. Les Autres activités regroupent le pôle média géré par le groupe Les Echos, le constructeur de yachts Royal Van Lent, les activités immobilières et les sociétés holdings. Ces groupes d'activités sont constitués de sociétés de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, maisons mères de filiales à travers le monde.

Cette organisation garantit l'autonomie des marques, tout en permettant la mise en œuvre de synergies réelles entre sociétés d'un même métier.

La politique de gestion des risques et de contrôle interne en vigueur dans le Groupe est conforme à ce principe d'organisation :

- la société mère LVMH SA est responsable de ses propres systèmes de gestion des risques et de contrôle interne et assure un rôle de coordination et d'impulsion sur l'ensemble des sociétés du Groupe ;
- le Président d'une marque est quant à lui responsable de la gestion des risques et 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.

Le dispositif de contrôle interne et de gestion des risques, formalisé depuis 2003 dans le cadre de la loi sur la Sécurité financière suit cette même structure ; il est à la fois :

- décentralisé au niveau des groupes d'activités et des marques : l'animation et le pilotage du dispositif sont de la responsabilité des Directions générales des entités opérationnelles et juridiques ;
- unifié autour d'une méthodologie commune et d'un référentiel unique dont la Holding LVMH SA coordonne le déploiement à travers le Groupe.

La responsabilité des marques principales et branches sur ces dispositifs est attestée annuellement par la signature d'une lettre de représentation sur les procédures de gestion des risques et de contrôle interne. Ces lettres signées par les Présidents et Directeurs financiers de chaque filiale et maison mère sont analysées, suivies et « consolidées » à chaque niveau supérieur de la structure organisationnelle du Groupe (Régions, Maisons, Groupes d'activités) et communiquées à la Direction financière et à la Direction de l'audit et du contrôle interne. Celles-ci sont également à la disposition des Commissaires aux comptes.

Ce dispositif de lettres de représentation sur la gestion des risques et le contrôle interne est complété par la signature de lettres annuelles d'affirmation sur le reporting financier, comprenant un paragraphe dédié au contrôle interne. L'affirmation sur le contrôle interne et l'évaluation des risques financiers est ainsi élargie à l'ensemble des opérations entrant dans la consolidation financière du groupe LVMH.

Cette année, afin d'assurer une meilleure intégration au cycle de planification (plan stratégique et budget), le cycle de pilotage de la gestion des risques et du contrôle interne, jusqu'ici aligné sur l'année calendaire, a été déplacé sur une période allant du 1^{er} juillet au 30 juin de l'année suivante. Les lettres d'affirmation sur le reporting financier au 31 décembre sont maintenues et constituent un jalon important du dispositif comme expliqué ci-avant.

Cette modification du cycle a été décidée après consultation et accord de nos Commissaires aux comptes.

Le dispositif de pilotage des risques et du contrôle interne couvre 123 entités, assurant une couverture de près de 80 % du chiffre d'affaires du Groupe. Il intègre dans son périmètre les sociétés de production et de services, les Holdings régionales et huit processus financiers centraux : Financement et trésorerie, Fiscalité, Consolidation, Clôture des comptes, Contrôle change et taux, Systèmes d'information,

2.2. Principes généraux de gestion des risques

2.2.1. Définition et objectifs

Selon la définition du cadre de référence AMF, le risque représente la possibilité qu'un événement survienne dont les conséquences seraient susceptibles d'affecter les personnes, les actifs, l'environnement, les objectifs de la Société ou sa réputation.

La gestion des risques couvre cette acception très large qui déborde le cadre strictement financier et est essentielle pour servir la pérennité et l'excellence de nos marques. Il s'agit d'un levier puissant de management, qui concerne l'ensemble des dirigeants du Groupe suivant le principe de délégation et d'organisation présenté ci-dessus. Les objectifs de la gestion des risques sont de :

- préserver la valeur, les actifs et la réputation du Groupe et de ses marques ;
- sécuriser la prise de décision et les processus opérationnels par la vision globale et objective des menaces et opportunités potentielles ;
- favoriser la cohérence des actions avec les valeurs de nos marques ;
- mobiliser les collaborateurs autour d'une vision commune des principaux risques et enjeux pesant sur nos activités.

2.2.2. Organisation et composantes de la gestion des risques

Les risques sur nos marques et activités sont gérés au niveau de chacun de nos groupes d'activités et Maisons. De façon systématique, dans le cadre du cycle budgétaire et d'établissement du plan à trois ans, une identification et une évaluation des risques majeurs pesant sur les objectifs stratégiques, opérationnels et financiers sont menées et formalisées dans des parties dédiées des reporting correspondants.

Communication financière, Assurances. Enfin, répondant en cela aux directives européennes et ordonnance de décembre 2008, le Groupe, après un premier pilote mené sur 2009, a initié en 2010 une démarche d'amélioration et d'intégration des dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne, démarche dénommée ERICA « *Enterprise Risk and Internal Control Assessment* » qui comprend :

- une lettre de représentation couvrant dès 2010 explicitement l'ensemble des risques stratégiques, opérationnels et réglementaires (voir ci-dessus) ;
- une démarche de formalisation de la gestion des risques majeurs initiée en 2010 et largement déployée sur 2011 (voir § 2.2.3 ci-après) ;
- la mise à disposition en avril 2010 d'une plateforme applicative centralisant l'ensemble des données de risques et de contrôle interne et permettant une articulation structurée de ces deux domaines. (voir § 2.2.4 ci-après).

La réduction des risques (fréquence et intensité) se fait à travers des actions de prévention (risques industriels), de contrôle interne (risques liés aux processus) ou par la mise en place de plans de continuité d'activités (PCA) ou de plans d'actions opérationnels. En fonction de la typologie des risques d'une marque ou d'une entité, celle-ci peut, en coordination avec le Groupe, décider de faire appel au marché de l'assurance pour transférer un risque résiduel ou au contraire arbitrer en faveur de sa rétention.

Enfin, au-delà de ces processus, et afin de rassembler les marques autour d'un même cadre, le Groupe poursuit le projet de formalisation ERICA lancé en 2010 (développé au § 2.2.3 ci-dessous).

Certains risques propres à l'activité du Groupe font l'objet d'un suivi particulier (atteinte à l'image et à la réputation, contrefaçon et marché parallèle, risques industriels et environnementaux, risque de change et taux...) ; ces risques sont détaillés dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* » du Document de référence, § 2 « Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance ».

2.2.3. Formalisation du dispositif ERICA

Après un premier test réalisé en 2009, une démarche de formalisation de la gestion des risques majeurs a été initiée en 2010 le groupe d'activités Vins et Spiritueux et les Parfums Christian Dior.

Ce projet, ERICA, structure et formalise la gestion des risques au sein du Groupe en fournissant :

- un cadre : chaque groupe d'activités/secteur majeur entrant dans le projet fixe les rôles et responsabilités sur le processus, la démarche et les éventuels niveaux de criticité ;
- un processus d'identification, d'analyse et de traitement des risques avec le support d'un référentiel et d'une méthodologie uniques pour le Groupe ;

- un pilotage des plans d'actions et de l'efficacité des dispositifs de contrôle en place avec une revue périodique du niveau d'exposition aux risques identifiés.

Ce projet a été déployé à l'ensemble des activités significatives du groupe LVMH en 2011, suivant une approche volontairement pragmatique : chaque secteur ainsi que nos Holdings régionales aux USA et au Japon ont sélectionné pour démarrer quatre risques majeurs parmi les 42 du référentiel LVMH en vue du déploiement des plans d'actions avant le 30 juin 2012. Cet engagement a été matérialisé par une lettre signée des Présidents et Directeurs financiers de chaque secteur, adressée au Directeur financier du Groupe, décrivant les quatre risques sélectionnés et le plan d'action jusqu'au 30 juin 2012.

La consolidation de ces lettres a permis d'orienter nos efforts et d'accélérer l'échange de bonnes pratiques sur les risques les plus cités. Cette démarche sera poursuivie par le choix de 2 autres risques à analyser et piloter à partir de juillet 2012.

2.2.4. Articulation entre la gestion des risques et le contrôle interne

Les dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne participent de manière complémentaire à la maîtrise des activités du Groupe.

2.3. Principes généraux de contrôle interne

2.3.1. Définition et objectifs

Le Groupe utilise un référentiel interne établi en cohérence avec le référentiel COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*), et le nouveau cadre de référence de l'AMF.

Ainsi, sous l'impulsion du Conseil d'administration, du Comité d'audit de la performance, de la Direction générale, du management et autres responsables des Maisons et de leurs filiales, le contrôle interne, conformément à ce référentiel, comprend un ensemble de moyens, de comportements, de procédures et d'actions adaptés aux caractéristiques propres de chaque société qui :

- contribue à la maîtrise des activités, à l'efficacité des opérations et à l'utilisation efficiente des ressources ;
- doit lui permettre de prendre en compte de manière appropriée les risques significatifs, qu'ils soient opérationnels, financiers ou de conformité.

Il est plus particulièrement destiné à fournir une assurance raisonnable quant à la réalisation des objectifs suivants :

- la conformité aux lois et réglementations en vigueur ;
- l'application des instructions et orientations fixées par la Direction générale du Groupe et le Management des unités opérationnelles (les Maisons/les marques et leurs filiales) ;
- le bon fonctionnement des processus, notamment ceux concourant à la protection des actifs et de la valeur du capital ;
- la fiabilité des informations financières et comptables.

Le dispositif de gestion des risques vise à identifier et analyser les principaux risques du Groupe. Les risques, dépassant les limites acceptables fixées, sont traités et le cas échéant, font l'objet de plans d'action. Ces derniers peuvent prévoir la mise en place de contrôles, un transfert des conséquences financières (mécanisme d'assurance ou équivalent) ou une adaptation de l'organisation. Les contrôles à mettre en place et leur efficacité relèvent du dispositif de contrôle interne.

De son côté, le dispositif de contrôle interne s'appuie sur le dispositif de gestion des risques pour identifier les principaux risques et dispositifs à maîtriser.

Cette articulation a été traduite à la fois :

- dans les nouvelles fonctionnalités applicatives apportées à la plateforme d'évaluation ERICA ;
- et dans le référentiel des risques majeurs, avec une présentation pour chaque risque majeur des dispositifs de couverture présents dans le référentiel de contrôle interne.

Cette articulation est également traduite dans le chapitre Facteurs de risques du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration - Le groupe LVMH* » : pour chaque risque décrit sont présentés les modalités de traitement et les dispositifs de contrôles décidés et suivis par le Groupe ou les marques concernées.

Le dispositif de contrôle interne est donc constitué d'un ensemble de procédures et d'activités de contrôles qui dépasse le cadre strictement comptable et financier ; ce dispositif, parce qu'il vise à garantir le contrôle et la continuité de l'ensemble des activités existantes et nouvelles, doit permettre au management des Maisons et filiales de se consacrer pleinement à la stratégie, au développement et à la croissance du Groupe.

Limites du contrôle interne

Le dispositif de contrôle interne aussi bien conçu et aussi bien appliqué soit-il, ne peut fournir une garantie absolue quant à la réalisation des objectifs du Groupe. Il existe en effet des limites inhérentes à tout système de contrôle interne, du fait notamment des incertitudes du monde extérieur, de l'exercice de la faculté de jugement ou de dysfonctionnements pouvant survenir en raison d'une défaillance humaine ou d'une simple erreur.

2.3.2. Les composantes du contrôle interne

Le dispositif de contrôle interne comprend cinq composantes étroitement liées :

- un environnement général de contrôle, assis sur une définition claire et appropriée des rôles et responsabilités ;
- une gestion des risques ;
- des activités de contrôles, procédures et documentation appropriées ;
- un système d'information et de communication permettant l'exercice efficace des responsabilités ;

- une surveillance permanente du dispositif.

Tous ces éléments sont à la fois pilotés et coordonnés centralement et examinés annuellement par les entités significatives du Groupe par le biais de la démarche d'évaluation en place.

2.3.3. L'environnement général de contrôle

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.

Le Groupe a toujours marqué sa détermination sur ces fondamentaux que sont 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, des organisations claires, des responsabilités et pouvoirs définis et formalisés dans le respect du principe de séparation des tâches, l'évaluation régulière des performances du personnel, l'engagement pour la compétence et le développement des collaborateurs du Groupe.

Ces principes d'éthique et de gouvernance sont repris dans le Code de conduite LVMH diffusé depuis mai 2009 auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Ce Code de conduite sert de base commune et de source d'inspiration à l'ensemble de nos marques ou métiers. En particulier, le Groupe recommande et veille à la mise en place dans les Maisons de codes de conduite, chartes fournisseurs, procédures formalisées de déclaration et suivi des conflits d'intérêt, et matrice de délégations fixant les responsabilités et pouvoirs de chacun.

L'engagement du Groupe sur la responsabilité sociétale est diffusé en interne depuis 2009 à travers un Intranet « *LVMH Mind* » consacré à la responsabilité sociale et environnementale, où chaque collaborateur trouve notamment le Code de conduite LVMH mais aussi la Charte Environnementale adoptée dès 2001 et la Charte fournisseurs lancée en 2008 afin d'assurer le respect de règles bien précises sur l'ensemble de nos chaînes d'approvisionnement.

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 au niveau individuel et des organisations, 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 « *LVMH Talents* » réservé aux Ressources humaines du Groupe.

L'année 2011 a été particulièrement axée sur la consolidation de nos plans de continuité d'activité (PCA). Des tables rondes

ont été organisées avec (i) présentation du retour d'expériences sur la crise au Japon de mars 2011, (ii) présentation d'un cas d'application du kit PCA LVMH, permettant de relancer l'utilisation de cet outil développé centralement et mis à disposition de tous dès 2008, et (iii) échanges de bonnes pratiques.

2.3.4. La gestion des risques

Le dispositif de gestion des risques est décrit dans la partie 2.2 Principes généraux de gestion des risques.

2.3.5. Les activités de contrôles, procédures et documentation

La mise en œuvre des pratiques et procédures de contrôle interne est assurée par les contrôleurs internes des sociétés sous la responsabilité de leur Comité de direction.

Le Groupe, à travers son Intranet finance, met à disposition l'ensemble des procédures régulièrement mises à jour concourant à l'information comptable et financière, et applicables à toutes les sociétés consolidées : il s'agit des procédures comptables et financières 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). Les procédures mises à disposition sur l'Intranet finance précisent, en outre, les formats, contenus et fréquences des reportings financiers.

Cet Intranet est également utilisé pour la diffusion des principes et bonnes pratiques de Contrôle interne :

- un guide très synthétique, les « Essentiels du contrôle interne », présente les bases de l'environnement général et les éléments incontournables sur les processus principaux : Ventes, Ventes de détail, Achats, Inventaire, Clôture des comptes, et Systèmes d'informations (contrôles généraux informatiques) ;
- en complément de ce manuel est mis à disposition le référentiel de contrôle interne LVMH, couvrant un large éventail de processus métiers. Ce référentiel détaille pour tout risque sur un processus donné les activités de contrôles clé attendues. Il est régulièrement mis à jour en prenant en compte les nouveaux systèmes d'informations et procédures. Ce référentiel structuré à l'origine sur le COSO couvre l'essentiel des dispositifs relatifs à l'élaboration comptable et financière et décrits par le cadre de référence de l'AMF ;
- les bonnes pratiques et outils de mises en œuvre sont en ligne sur cet Intranet et couvrent les sujets sur lesquels le Groupe met l'accent, les conflits d'intérêts, la délégation d'autorité, les plans de continuité d'activité, les plans de secours informatiques, les politiques et règles de sécurité informatique, les rapports d'exception, la séparation des tâches et les conflits de transactions sensibles qui en découlent, la maîtrise des frais média.

Le Groupe et les personnes en charge du contrôle interne dans les Maisons veillent à la mise en place, s'ils ne le sont déjà,

de ces contrôles essentiels à la réalisation des objectifs de contrôle interne sur les processus majeurs. Un effort particulier est demandé afin de documenter dans une procédure ces activités clés pour en garantir une qualité égale dans le temps et quelle que soit la personne qui les exécute.

Les activités de contrôle et de remédiation des faiblesses de contrôle interne sont reflétées, documentées et suivies dans le cadre de la démarche de pilotage suivie par l'ensemble des entités les plus significatives du Groupe (voir § 2.3.7).

Sur l'Intranet finance, se trouvent aussi des procédures « *Guidelines du Risk Management* » et outils dédiés à l'évaluation, à la prévention et à la couverture des risques. Ces éléments sont à la disposition de l'ensemble des acteurs impliqués dans la chaîne de gestion du risque.

2.3.6. Systèmes d'information et de communication

Les plans stratégiques en termes de Systèmes d'informations et de communication sont coordonnés par la Direction des systèmes d'informations qui veille à l'harmonisation des ERP (SAP) mis en place et à la continuité des opérations. Les aspects de contrôle interne (séparation des tâches, droits d'accès), sont intégrés lors de la mise en place de nouveaux Systèmes d'informations et revus régulièrement.

Les Systèmes d'informations et télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font également l'objet de procédures particulières : un kit méthodologique Plan de continuité des opérations a été diffusé dans le Groupe afin de définir pour chaque entité significative les grandes lignes d'un tel plan ainsi qu'un Plan de sauvegarde des données informatiques. En particulier, un Plan de continuité des opérations ainsi qu'un Plan de sauvegarde des données informatiques ont été développés au niveau de la société mère LVMH SA qui sont testés annuellement.

Les entités significatives se sont dotées d'un RSI « Responsable de sécurité informatique » reportant directement au Directeur des systèmes d'information. Les RSI sont animés par le RSI Groupe et forment un réseau de vigilance pour surveiller l'évolution des risques SI et mettre en place les parades adéquates en fonction de la probabilité du risque et son impact potentiel. Une démarche structurée d'identification et de pilotage des risques de sécurité informatique a été décidée et un projet pilote de déploiement de cette démarche devrait être organisé dès le premier trimestre 2012 sur une entité significative de l'activité Retail.

2.3.7. Surveillance permanente du dispositif de contrôle interne

Cette surveillance est exercée à plusieurs niveaux et principalement comme suit :

Surveillance continue

Elle est organisée sur les processus par les Directions opérationnelles de façon à devancer ou détecter les incidents dans les meilleurs délais. Des rapports d'exceptions

ou d'anomalies permettent de travailler sur le contrôle détectif en complément du niveau préventif comme la séparation des tâches.

Surveillance périodique du dispositif

Elle est assurée à la fois par le management et par les auditeurs internes et externes :

- par le management ou les opérationnels sous le pilotage des contrôleurs internes ; le produit final de ce suivi est la lettre de représentation sur la gestion des risques et le contrôle interne signée par le Président et le Directeur financier ou par chaque membre du Comité de direction de chaque entité significative confirmant leur appropriation et leur responsabilité sur le contrôle interne en termes de remontée des insuffisances et de leur remédiation (voir § 2.1) ;
- par l'Audit interne LVMH et les Commissaires aux comptes, qui fournissent au management des entités et à la Direction générale du Groupe les résultats de leurs travaux de revue et leurs recommandations.

La Direction de chaque entité significative s'appuie sur un processus formalisé d'auto-évaluation annuelle.

Cette auto-évaluation est basée sur le référentiel de contrôle interne LVMH. Ce référentiel couvre 12 processus clés (Ventes, Ventes de détail, Achats, Licences, Voyages et déplacements, Stock, Production, Cash, Immobilisations, Ressources humaines, Systèmes d'information et Clôture des comptes). Des processus particuliers ont été développés et évalués pour refléter les besoins spécifiques de certaines activités (Eaux-de-vie et Terres à Vignes pour les Vins et Spiritueux, Fin de collection pour la Mode et Maroquinerie, Concessions pour les activités Duty Free).

Par ailleurs, au niveau de la société mère LVMH SA et du Groupe, huit processus clés listés au § 2.1 sont analysés en termes de risques associés et des plans d'actions définis et suivis pour remédier aux déficiences éventuelles.

La démarche d'auto-évaluation, pour chacune des 131 entités significatives retenues en 2011 a été cette année simplifiée. Jusqu'en 2010 le périmètre d'auto-évaluation était décidé par chaque marque et couvrait :

- une revue de l'environnement général de contrôle de l'entité ;
- une revue détaillée des dispositifs de contrôles clés sélectionnés par chaque marque dans le référentiel des processus métiers en fonction de la matérialité de ces processus et du niveau de couverture des risques attendu.

À partir de 2011, dans le cadre de la démarche ERICA, le périmètre d'auto-évaluation est le même pour tous, une liste unique de 83 contrôles clés établie par le Contrôle Interne Groupe.

Seul le périmètre a été affecté, la méthodologie reste inchangée :

- revue des insuffisances et suivi par les managers et la Direction de leur remédiation ;
- formalisation et documentation de cette revue, évaluation et plans d'actions dans l'outil informatique de modélisation

et de pilotage du contrôle interne, également adopté par d'autres sociétés membres du CAC 40 ;

- signature par la Direction de chaque entité de la lettre de représentation.

Les lettres de représentation sont consolidées en « cascade », partant des filiales vers les maisons mères puis au niveau du Groupe.

2.4. Les acteurs de la gestion du risque et du contrôle interne

En plus de l'ensemble des collaborateurs qui contribuent tous à ces dispositifs, les acteurs suivants sont particulièrement 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 Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF est celui auquel se réfère la Société.

Le Conseil est tenu régulièrement informé des caractéristiques des démarches et dispositifs de contrôle interne et de gestion des risques, et veille à la bonne prise en compte des risques majeurs dont il rend compte dans son Rapport de gestion (voir section Facteurs de risques).

Il est informé périodiquement, ainsi que son Comité d'audit, des résultats du fonctionnement des systèmes, des défaillances éventuelles et des plans d'actions arrêtés en vue de leur résolution.

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. Le Comité s'informe également de l'état de la gestion des risques majeurs.

Diligences et appréciations par les dirigeants

Ces démarches de formalisation du contrôle interne sont menées en interne. Elles permettent de capitaliser sur la connaissance et l'implication des responsables opérationnels et de faciliter le processus d'amélioration continue du contrôle interne dans le temps au sein du Groupe. Les Commissaires aux comptes sont tenus informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'audit de la performance, via des comptes-rendus périodiques.

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.

La Direction des risques et assurances

Au-delà des responsables opérationnels qui ont la charge des risques inhérents à leur activité, la Direction des risques et assurances est particulièrement impliquée au niveau du Groupe dans la mise à disposition d'outils et de méthodologie, dans le recensement des risques, la prévention des sinistres ainsi que la stratégie de couverture et de financement des risques.

La Direction des risques et assurances collabore avec l'Audit interne dans la définition et la mise en place des méthodes d'évaluation et processus de traitement de certains risques majeurs ou risques à impact étendu.

La Direction de l'audit et du contrôle interne

La Direction de l'audit interne compte une quinzaine de professionnels à fin 2011 dont 2 chargés spécialement de la coordination du Contrôle interne. Cette équipe, centralement dirigée mais répartie sur deux bureaux, Paris et Hong Kong, intervient dans l'ensemble du Groupe.

Entre trente et quarante missions sont réalisées chaque année ; en 2011, comme prévu dans les objectifs, une attention particulière a été portée à la Chine et l'Amérique latine (Brésil, Mexique) ainsi qu'au fonctionnement des organisations de paie.

Le suivi des recommandations sur les missions passées est renforcé par des visites sur site systématiques pour les sociétés présentant les enjeux les plus significatifs.

L'Audit interne intervient dans le cadre d'un plan pluriannuel actualisé 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, existants ou émergents, 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.

Une revue du processus d'auto-évaluation et de ses résultats est systématique pour les entités significatives concernées.

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 et le suivi des recommandations les plus significatives sur les missions passées sont présentées au Comité d'audit de la performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernés.

En outre, 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 les dispositifs.

2.5. La gestion des risques et le contrôle interne propres à l'information financière et comptable

2.5.1. Organisation

La gestion des risques et le contrôle interne relatifs à l'information comptable et financière sont organisés à partir de la coopération et du contrôle des Directions suivantes regroupées au sein de la Direction financière : Comptabilité et consolidation, Contrôle de gestion, Systèmes d'information, Direction du financement et de la trésorerie, Fiscalité et Communication financière.

La Direction comptable est responsable de la production et de l'établissement des comptes sociaux des holdings et des comptes consolidés, en particulier des comptes et documents financiers publiés au 30 juin, le rapport semestriel, et au 31 décembre, le document de référence, ainsi que du processus de reporting de gestion.

Dans ce cadre, la Direction comptable définit les normes comptables du Groupe, veille à leur diffusion et à leur application et met en place les formations nécessaires ; la Direction comptable veille également au maintien d'un système informatique de reporting financier approprié et coordonne la mission des Commissaires aux comptes du Groupe.

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 (voir § 2.5.4 Reporting de gestion ci-dessous) ; elle assure également le suivi

Le contrôle interne Groupe anime un réseau de contrôleurs internes qui 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 de gestion des risques 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.

Le Comité de direction des marques ou des entités est responsable de la mise en place de plans d'action pour garantir une gestion des risques majeurs qu'il a recensés et évalués dans le processus d'auto-évaluation de leur périmètre respectif.

des investissements et du cash flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques.

La Direction du contrôle de gestion est de par ses attributions et la solidité du reporting qu'elle produit un acteur très essentiel du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques financiers.

La Direction des systèmes d'informations définit et met en place les systèmes d'informations nécessaires aux fonctions centrales. Elle diffuse les standards techniques du Groupe indispensables à une architecture décentralisée (matériels, applications, réseaux...) et propose des synergies entre métiers, dans le respect de l'autonomie des marques. Elle développe et maintient un système de télécommunications partagé par l'ensemble du Groupe. Elle anime la politique de sécurité des systèmes et données, et aide les marques dans l'élaboration des plans de secours. Elle supervise, en coopération avec les filiales, la création d'un plan à trois ans des Systèmes d'informations par groupe d'activités et sociétés.

La Direction du financement et de la trésorerie est responsable de l'application de la politique financière du Groupe, de la gestion optimisée du bilan et de la dette financière, de la maîtrise des frais financiers, de l'amélioration de la structure financière et d'une politique prudente de gestion des risques de solvabilité, liquidité et de contrepartie. Au sein de cette Direction, la Trésorerie internationale veille plus particulièrement à la centralisation de la trésorerie du Groupe, et à sa prévision par le biais de révisés trimestriels élaborés par les sociétés et répond aux besoins de liquidités et de financements

des filiales. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change.

Au département des Marchés, également situé au sein de cette Direction, est déléguée la mise en œuvre de la politique de couverture des risques générés directement ou indirectement par les sociétés du Groupe. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de taux, et de contrepartie, destinée à limiter l'impact négatif des fluctuations des taux d'intérêt et des risques de crédit sur les activités et les investissements.

Dans ce cadre, une politique de gestion et des procédures très strictes ont été mises en place pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché. Au sein de cette Direction, la distinction entre *front office* et *back office*, ainsi que l'existence d'une cellule de contrôle indépendante rapportant au Directeur comptable sont les garants du respect de la séparation des tâches. Cette organisation s'appuie sur un système d'informations 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'activités 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 et coordonne le reporting unifié 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'activités, 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'activités, 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, Responsable comptable, Consolideur, 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.

2.5.2. 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. En outre, les reportings comptable et de gestion procèdent d'un même et unique système, ce qui garantit la cohérence des données internes et publiées.

2.5.3. 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.

2.5.4. Reporting de gestion

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

Ces grandes étapes de gestion sont l'occasion d'analyses approfondies des données réelles en comparaison des données budgétaires et de celles de l'année précédente, et d'un dialogue permanent entre les filiales et le Groupe, élément indispensable au 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'activités et les sociétés concernés, autorisant ainsi une meilleure connaissance des performances et des choix de gestion, ainsi qu'un contrôle approprié.

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

Conclusions

Le groupe LVMH poursuit la démarche d'amélioration continue de son contrôle interne, engagée depuis 2003, par le renforcement du dispositif d'auto-évaluation et de son appropriation par les principaux acteurs.

de qualité 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 d'examens limités et de missions d'audit.

En réponse à l'évolution réglementaire, le Groupe depuis 2010 a lancé le projet ERICA, démarche intégrant gestion des risques et contrôle interne, et conformément à l'objectif a engagé sur 2011 l'ensemble de ses activités significatives sur cette démarche.

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES ÉTABLI EN APPLICATION DE L'ARTICLE L.225-35 DU CODE DE COMMERCE SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Aux 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 2011.

Il appartient au Président d'établir et de soumettre à l'approbation du Conseil d'administration un rapport rendant compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place au sein de la Société et donnant les autres informations requises par l'article L. 225-37 du Code de commerce relatives notamment au dispositif en matière de gouvernement d'entreprise.

Il nous appartient :

- de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations contenues dans le Rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, et
- d'attester que ce rapport comporte les autres informations requises par l'article L. 225-37 du Code de commerce, étant précisé qu'il ne nous appartient pas de vérifier la sincérité de ces autres informations.

Nous avons effectué nos travaux conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France.

Informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le Rapport du Président. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière sous-tendant les informations présentées dans le Rapport du Président ainsi que de la documentation existante ;
- prendre connaissance des travaux ayant permis d'élaborer ces informations et de la documentation existante ;
- déterminer si les déficiences majeures du contrôle interne relatif à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière que nous aurions relevées dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le Rapport du Président.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques 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.

Autres informations

Nous attestons que le Rapport du Président du Conseil d'administration comporte les autres informations requises à l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIES

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

Comptes consolidés

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	114
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	114
BILAN CONSOLIDÉ	115
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	116
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	118
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	119
SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES	172
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	177

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	2011	2010	2009
Ventes	22-23	23 659	20 320	17 053
Coût des ventes		(8 092)	(7 184)	(6 164)
Marge brute		15 567	13 136	10 889
Charges commerciales		(8 360)	(7 098)	(6 051)
Charges administratives		(1 944)	(1 717)	(1 486)
Résultat opérationnel courant	22-23	5 263	4 321	3 352
Autres produits et charges opérationnels	24	(109)	(152)	(191)
Résultat opérationnel		5 154	4 169	3 161
Coût de la dette financière nette		(151)	(151)	(187)
Autres produits et charges financiers		(91)	763	(155)
Résultat financier	25	(242)	612	(342)
Impôts sur les bénéfices	26	(1 453)	(1 469)	(849)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	6	7	3
Résultat net avant part des minoritaires		3 465	3 319	1 973
Part des minoritaires		(400)	(287)	(218)
Résultat net, part du Groupe		3 065	3 032	1 755
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	27	6,27	6,36	3,71
Nombre d'actions retenu pour le calcul		488 769 286	476 870 920	473 597 075
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	27	6,23	6,32	3,70
Nombre d'actions retenu pour le calcul		492 207 492	479 739 697	474 838 025

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Résultat net avant part des minoritaires	3 465	3 319	1 973
Variation du montant des écarts de conversion	190	701	(128)
Effets d'impôt	47	89	(20)
	237	790	(148)
Variation de valeur des investissements et placements financiers	1 634	294	114
Montants transférés en résultat	(38)	38	(11)
Effets d'impôt	(116)	(35)	(26)
	1 480	297	77
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	95	(20)	133
Montants transférés en résultat	(168)	(30)	(125)
Effets d'impôt	21	14	(2)
	(52)	(36)	6
Variation de valeur des terres à vignes	25	206	(53)
Effets d'impôt	(11)	(71)	18
	14	135	(35)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	1 679	1 186	(100)
Résultat global	5 144	4 505	1 873
Part des minoritaires	(433)	(375)	(189)
Résultat global, part du Groupe	4 711	4 130	1 684

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2011	2010	2009
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	11 482	9 104	8 697
Écarts d'acquisition, nets	4	6 957	5 027	4 270
Immobilisations corporelles, nettes	6	8 017	6 733	6 140
Participations mises en équivalence	7	170	223	213
Investissements financiers	8	5 982	3 891	540
Autres actifs non courants		478	319	750
Impôts différés	26	716	668	521
Actifs non courants		33 802	25 965	21 131
Stocks et en-cours	9	7 510	5 991	5 644
Créances clients et comptes rattachés	10	1 878	1 565	1 455
Impôts sur les résultats		121	96	217
Autres actifs courants	11	1 455	1 255	1 213
Trésorerie et équivalents de trésorerie	13	2 303	2 292	2 446
Actifs courants		13 267	11 199	10 975
Total de l'actif		47 069	37 164	32 106
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		152	147	147
Primes		3 801	1 782	1 763
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH		(485)	(607)	(929)
Écarts de conversion		431	230	(495)
Écarts de réévaluation		2 689	1 244	871
Autres réserves		12 798	11 370	10 684
Résultat net, part du Groupe		3 065	3 032	1 755
Capitaux propres, part du Groupe	14	22 451	17 198	13 796
Intérêts minoritaires	16	1 061	1 006	989
Capitaux propres		23 512	18 204	14 785
Dette financière à plus d'un an	17	4 132	3 432	4 077
Provisions à plus d'un an	18	1 400	1 167	990
Impôts différés	26	3 925	3 354	3 117
Autres passifs non courants	19	4 506	3 947	3 089
Passifs non courants		13 963	11 900	11 273
Dette financière à moins d'un an	17	3 134	1 834	1 708
Fournisseurs et comptes rattachés		2 952	2 298	1 911
Impôts sur les résultats		443	446	221
Provisions à moins d'un an	18	349	339	334
Autres passifs courants	20	2 716	2 143	1 874
Passifs courants		9 594	7 060	6 048
Total du passif et des capitaux propres		47 069	37 164	32 106

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)

	Capital : nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH
Notes		14.1		14.2
Au 31 décembre 2008	489 937 410	147	1 737	(983)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres				
Résultat net				
Résultat global		-	-	-
Charges liées aux plans d'options				
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				50
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	557 204		30	
Annulation d'actions LVMH	(88 960)		(4)	4
Augmentations de capital des filiales				
Dividendes et acomptes versés				
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées				
Acquisitions et cessions de titres de minoritaires				
Engagements d'achat de titres				
Au 31 décembre 2009	490 405 654	147	1 763	(929)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres				
Résultat net				
Résultat global		-	-	-
Charges liées aux plans d'options				
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				221
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	2 012 478		120	
Annulation d'actions LVMH	(1 775 900)		(101)	101
Augmentations de capital des filiales				
Dividendes et acomptes versés				
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées				
Acquisitions et cessions de titres de minoritaires				
Engagements d'achat de titres				
Au 31 décembre 2010	490 642 232	147	1 782	(607)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres				
Résultat net				
Résultat global		-	-	-
Charges liées aux plans d'options				
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				15
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 395 835		94	
Annulation d'actions LVMH	(2 259 454)		(107)	107
Prise de contrôle de Bulgari	18 037 011	5	2 032	
Augmentations de capital des filiales				
Dividendes et acomptes versés				
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées, hors Bulgari				
Acquisitions et cessions de titres de minoritaires				
Engagements d'achat de titres				
Au 31 décembre 2011	507 815 624	152	3 801	(485)

Écarts de conversion	Écarts de réévaluation			Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
	Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
14.4						16	
(371)	136	59	623	11 456	12 804	989	13 793
(124)	77	4	(28)		(71)	(29)	(100)
				1 755	1 755	218	1 973
(124)	77	4	(28)	1 755	1 684	189	1 873
				43	43	3	46
				(57)	(7)	-	(7)
					30	-	30
					-	-	-
					-	11	11
				(758)	(758)	(176)	(934)
					-	11	11
					-	(8)	(8)
					-	(30)	(30)
(495)	213	63	595	12 439	13 796	989	14 785
725	297	(32)	108		1 098	88	1 186
				3 032	3 032	287	3 319
725	297	(32)	108	3 032	4 130	375	4 505
				41	41	3	44
				(43)	178	-	178
					120	-	120
					-	-	-
					-	1	1
				(953)	(953)	(158)	(1 111)
					-	(3)	(3)
				(83)	(83)	(104)	(187)
				(31)	(31)	(97)	(128)
230	510	31	703	14 402	17 198	1 006	18 204
201	1 480	(46)	11		1 646	33	1 679
				3 065	3 065	400	3 465
201	1 480	(46)	11	3 065	4 711	433	5 144
				49	49	3	52
				(8)	7	-	7
					94	-	94
					-	-	-
				201	2 238	772	3 010
					-	4	4
				(1 069)	(1 069)	(187)	(1 256)
				(5)	(5)	20	15
				(681)	(681)	(785)	(1 466)
				(91)	(91)	(205)	(296)
431	1 990	(15)	714	15 863	22 451	1 061	23 512

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2011	2010	2009
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		5 154	4 169	3 161
Dotations nettes aux amortissements et provisions		999	788	826
Autres charges calculées		(45)	(126)	(37)
Dividendes reçus		61	20	21
Autres retraitements		(32)	(3)	(43)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		6 137	4 848	3 928
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(152)	(149)	(185)
Impôt payé		(1 544)	(897)	(900)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		4 441	3 802	2 843
Variation des stocks et en-cours		(768)	(126)	69
Variation des créances clients et comptes rattachés		(65)	(13)	206
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		331	295	(362)
Variation des autres créances et dettes		(32)	91	178
Variation du besoin en fonds de roulement		(534)	247	91
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		3 907	4 049	2 934
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(1 749)	(1 002)	(748)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		31	33	26
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements d'exploitation		(12)	(7)	(7)
Investissements d'exploitation		(1 730)	(976)	(729)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		2 177	3 073	2 205
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers	8	(518)	(1 724)	(93)
Cessions d'investissements financiers	8	17	70	49
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés ^[a]	2.4	(785)	(61)	(278)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(1 286)	(1 715)	(322)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH ^[a]	14	94	120	30
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	16	3	1	11
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	14.2	2	155	34
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	14.3	(1 069)	(953)	(758)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	16	(189)	(158)	(175)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2.4	(1 413)	(185)	-
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(2 572)	(1 020)	(858)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		2 659	564	2 442
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 005)	(1 290)	(2 112)
Acquisitions et cessions de placements financiers		6	(32)	321
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		1 660	(758)	651
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION				
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		39	(232)	1 556
TRÉSORERIE NETTE A L'OUVERTURE	13	2 042	2 274	718
TRÉSORERIE NETTE A LA CLÔTURE	13	2 081	2 042	2 274
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements par location financement		3	6	12

[a] N'apparaissent pas dans ces rubriques les effets de la quote-part de l'acquisition de Bulgari réalisée par l'augmentation de capital réservée de LVMH SA.

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES	120
2. VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	126
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	130
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	132
5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	133
6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	134
7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	136
8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	136
9. STOCKS ET EN-COURS	137
10. CLIENTS	138
11. AUTRES ACTIFS COURANTS	139
12. PLACEMENTS FINANCIERS	139
13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	140
14. CAPITAUX PROPRES	140
15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	143
16. INTÉRÊTS MINORITAIRES	146
17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	147
18. PROVISIONS	150
19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	151
20. AUTRES PASSIFS COURANTS	151
21. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	152
22. INFORMATION SECTORIELLE	158
23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE	161
24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	162
25. RÉSULTAT FINANCIER	162
26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	163
27. RÉSULTAT PAR ACTION	165
28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	166
29. ENGAGEMENTS HORS BILAN	168
30. PARTIES LIÉES	170
31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	171

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2011 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2011.

Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2011 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 2 février 2012.

1.2. Évolutions du référentiel comptable en 2011

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2011

Les nouvelles normes, amendements et interprétations qui s'appliquent au groupe LVMH depuis le 1^{er} janvier 2011 se limitent à l'amendement d'IAS 24 sur les opérations avec les parties liées.

L'application de ce texte n'a pas eu d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe.

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire postérieurement à 2011

Les normes, amendements et interprétations qui s'appliqueront à LVMH à compter du 1^{er} janvier 2012, n'ont pas donné lieu à application anticipée en 2011 ; il s'agit de :

- l'amendement d'IAS 1 sur la présentation des gains et pertes enregistrés en capitaux propres ;
- l'amendement d'IFRS 7 sur les informations à fournir en cas de changement de méthode d'évaluation des actifs financiers.

L'application de ces textes en 2012 n'aura pas d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe.

Les normes applicables à LVMH à compter du 1^{er} janvier 2013 (sous réserve d'adoption par l'Union européenne), et dont les effets sur les comptes du Groupe sont en cours d'analyse, sont les suivantes :

- les normes IFRS 10, IFRS 11 et IFRS 12 sur la consolidation, redéfinissant la notion de contrôle exercé sur une entité, supprimant la possibilité d'utiliser l'intégration proportionnelle pour la consolidation des entités sous contrôle conjoint, seule la méthode de consolidation par mise en équivalence étant admise, et complétant les informations requises dans l'annexe aux comptes consolidés.

L'application de ces textes en 2013 ne devrait pas avoir d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe, les entités consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle étant peu nombreuses.

- les amendements de la norme IAS 19 relative aux engagements en matière d'avantages au personnel, prévoyant la reconnaissance immédiate des écarts actuariels en capitaux propres, et le calcul du rendement des actifs financiers selon le taux d'actualisation utilisé pour valoriser l'engagement, et non selon le taux de rendement attendu.

Le groupe LVMH applique la méthode de reconnaissance partielle des écarts actuariels en compte de résultat (voir Note 1.21). En raison de ces amendements, LVMH enregistrera en 2013, rétroactivement, une provision complémentaire de 84 millions d'euros ainsi que l'impôt différé actif attaché ; la provision, qui correspond au solde d'écarts actuariels non encore reconnu au 1^{er} janvier 2011, date de transition vers la norme révisée, sera comptabilisée en contrepartie des capitaux propres. L'impact sur les comptes de résultat ultérieurs, actuellement en cours d'analyse, ne devrait pas être significatif.

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 1^{er} 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 et toutes les acquisitions postérieures ont été retraitées conformément à la norme IFRS 3 ; les normes IAS 36 Dépréciations d'actifs et IAS 38 Immobilisations incorporelles ont été appliquées rétrospectivement depuis cette date ;
- valorisation des immobilisations corporelles et incorporelles : l'option d'évaluation de ces actifs à leur juste valeur à la date de transition n'a pas été retenue ;
- avantages au personnel : les écarts actuariels différés en normes françaises à la date de transition ont été comptabilisés ;
- conversion des comptes des filiales hors zone Euro : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales hors zone Euro ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves » ;
- paiement en actions : la norme IFRS 2 sur les paiements en actions est appliquée à tous les plans d'options d'achat et de souscription ouverts à la date de transition, y compris ceux mis en place avant le 7 novembre 2002, l'application de la norme avant cette date étant 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 leur bilan et compte de résultat correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.23).

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

1.6. Conversion des états financiers des entités hors zone Euro

La devise d'établissement des comptes consolidés est l'euro ; les comptes des entités 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 réalisées par les sociétés consolidées dans des devises autres que leur monnaie fonctionnelle sont converties dans leur monnaie fonctionnelle aux cours des devises à la date de ces opérations.

Les créances et dettes exprimées en devises autres que la monnaie fonctionnelle de la société concernée 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 coût des ventes 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 et de l'élimination d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe exprimées dans une monnaie différente de la monnaie fonctionnelle de la société concernée 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 dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture d'opérations commerciales réalisées dans une devise autre que la monnaie fonctionnelle de la société consolidée concernée, 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 coût des ventes pour la part efficace de la couverture des créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture ;
- en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation », pour la part efficace de la couverture de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré en coût des ventes 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 de filiales hors zone Euro, la variation de leur juste valeur est inscrite dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion », à hauteur de la part efficace, et en résultat financier pour la part inefficace.

En l'absence de relation de couverture, les variations de valeur de marché des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Voir également Note 1.19 pour la définition des notions de part efficace et 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 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 lorsqu'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 frais engagés pour créer une marque nouvelle ou développer une marque existante sont enregistrés en charges.

Les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles à durée de vie définie sont amorties sur la durée estimée de leur utilisation. Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée d'utilisation 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 et susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

Les marques dont la durée d'utilisation est définie sont amorties sur une période comprise entre 15 et 40 ans, fonction de l'estimation de la durée de leur utilisation.

Le montant de la dépréciation des marques et enseignes, et dans certains cas la charge d'amortissement, sont comptabilisés 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 d'une entreprise en droit ou en fait, les actifs, passifs et passifs éventuels de l'entreprise acquise sont évalués à leur juste valeur à la date de prise de contrôle ; 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, à l'exclusion des frais liés à l'acquisition qui sont présentés en « Autres produits et charges opérationnels ».

À compter du 1^{er} janvier 2010, en application d'IAS 27 révisée, la différence entre la valeur comptable des intérêts minoritaires acquis postérieurement à la prise de contrôle et le prix payé pour leur acquisition est portée en déduction des capitaux propres.

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 suivant la méthodologie présentée en Note 1.12. 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.

En l'absence de dispositions spécifiques des normes IFRS, le Groupe comptabilise ces engagements de la façon suivante :

- la valeur de l'engagement à la date de la clôture figure en « Autres passifs non courants » ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont reclassés en « Autres passifs non courants » ;
- pour les engagements contractés antérieurement au 1^{er} janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires reclassés est maintenue à l'actif du bilan, en écart d'acquisition, ainsi que les variations ultérieures de cette différence. Pour les engagements contractés à compter du 1^{er} janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires est enregistrée en capitaux propres, en « Autres réserves ».

Ce mode de comptabilisation n'a pas d'effet sur la présentation des intérêts minoritaires au compte de 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 au cours de la période précédant la mise en exploitation ou durant la période de construction sont 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 « Écarts 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.

La base amortissable des immobilisations corporelles est constituée du coût d'acquisition de leurs composants, diminué de la valeur résiduelle ; la valeur résiduelle correspond à l'estimation de valeur de revente de l'immobilisation au terme de la période d'utilisation.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation ; les durées retenues sont les suivantes :

- 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

Les frais d'entretien et de réparation sont comptabilisés 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 réalisés pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte de valeur apparaît, 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 à durée de vie indéfinie 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 dédiée. Au sein du secteur d'activité, peuvent être déterminées des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de magasins.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluri-annuels établis par la Direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. À la valeur résultant des flux de trésorerie prévisionnels actualisés, s'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 actifs non courants (« Investissements financiers ») ou en actifs courants (« Placements financiers ») selon leur nature.

Les investissements financiers comprennent les prises de participation, stratégiques et non stratégiques, si la durée estimée et le mode de leur détention le justifient.

Les placements financiers incluent des placements temporaires en actions, parts de Sicav, ou Fonds Commun de Placement (FCP) et assimilés, à l'exclusion des placements relevant de la gestion de trésorerie au jour le jour, qui sont comptabilisés en « Trésorerie et équivalents de trésorerie » (voir Note 1.16).

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

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en capitaux propres en « Écarts de réévaluation ». En cas de perte de valeur jugée définitive, une dépréciation de ce montant est enregistrée en résultat financier, la dépréciation n'étant reprise en résultat qu'au moment de la cession des investissements et placements financiers sous jacents.

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, comptabilisée *prorata temporis*, se fait 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 par la méthode « premier entré-premier sorti » (FIFO).

Compte tenu du processus de vieillissement nécessaire au champagne et aux spiritueux (cognac, whisky), la durée de détention de ces stocks est le plus souvent supérieure à un an. Ces stocks restent classés en actifs courants conformément à 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 (saison ou collection terminées, date limite d'utilisation proche...) ou sur la base de leurs perspectives d'écoulement.

1.15. Créances clients, autres créances et prêts

Les créances clients, autres créances et prêts sont comptabilisés 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.

Lorsque l'échéance des créances et prêts est supérieure à un an, leur montant fait l'objet d'un calcul d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.16. Trésorerie et équivalents de trésorerie

La ligne « Trésorerie et équivalents de trésorerie » inclut les liquidités ainsi que les placements monétaires immédiatement disponibles dont la valeur dans le temps présente un risque de variation négligeable.

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché et au cours de change 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, entraînant 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 d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.18. Dette financière

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

En cas de couverture du risque de variation de valeur de la dette financière résultant de l'évolution des taux d'intérêt, 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 cette réévaluation sont enregistrés dans le résultat financier de la période. La valeur de marché de la dette couverte est déterminée selon des méthodes similaires à celles décrites ci-après en Note 1.19.

En cas de couverture du risque d'évolution 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 « Écarts 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, celle-ci est comptabilisée à sa valeur de marché ; les variations de valeur de marché sont enregistrées en résultat financier.

La dette financière nette est constituée des dettes financières à plus et moins d'un an et de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt, sous déduction du montant des placements financiers, de la trésorerie et équivalents de trésorerie à la date de clôture ainsi que de la valeur de marché à cette date des instruments dérivés sur risque de change associés à l'un de ces éléments.

Voir également Note 1.19 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

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 œuvre 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 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 à 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 et instruments dénouables en actions LVMH

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, remboursement de frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Lorsque les régimes d'indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux ou autres prévoient le versement par le Groupe de cotisations à des organismes extérieurs responsables du paiement des indemnités et retraites ou du remboursement des frais médicaux, ces cotisations sont comptabilisées dans les charges de l'exercice au titre duquel elles sont dues, aucun passif n'étant comptabilisé au bilan.

Lorsque le versement des indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux ou autres sont à la charge du Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant pour le Groupe donne lieu à provision au bilan, la variation de celle-ci étant comptabilisée dans le résultat opérationnel courant de l'exercice, y compris l'effet d'actualisation financière.

Si 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 de l'engagement actuariel au bilan.

L'engagement actuariel est calculé sur la base d'évaluations spécifiques au pays et à la société du Groupe concernée ; ces évaluations intègrent notamment des hypothèses de taux d'actualisation, de progression des salaires, d'inflation, d'espérance de vie, et de rotation des effectifs.

Les effets cumulés des écarts actuariels sont amortis dès lors que ceux-ci excèdent en fin d'exercice 10 % du plus élevé 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 enregistrées en impôts différés actifs, et dépréciés si jugés non recouvrables, seul le montant dont l'utilisation est probable étant maintenu 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 opérations 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 sont conservés par le Groupe.

Les ventes au détail proviennent des activités Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, ainsi que de certaines marques de Montres et Joaillerie ou de Parfums et Cosmétiques. 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 de Parfums et Cosmétiques ou de 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 facturés.

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 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 historiques.

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 entités communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du compte de résultat et du bilan de ces entités entre LVMH et Diageo étant régi par les accords de distribution. Sur la base de ces accords, LVMH consolide ces entités à hauteur de la quote-part du compte de résultat et du bilan 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 média, 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, s'il s'agit de biens, lors de leur réception ou de leur production, ou lors de la réalisation des prestations s'il s'agit de services.

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'amortissement de l'estimation du gain pour les bénéficiaires de ces plans ; l'estimation du gain est calculée selon la méthode Black & Scholes sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant attribué les options.

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'estimation du gain est calculée sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant mis en place le plan et sous déduction du montant des dividendes anticipés sur la période d'acquisition des droits.

Pour l'ensemble des plans, la charge d'amortissement est répartie linéairement en résultat sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie des réserves au bilan.

Pour les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire, l'estimation du gain est réévaluée à chaque clôture du cours de l'action LVMH à cette date, et enregistrée en charge *prorata temporis* sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie d'une provision au bilan. Au-delà de cette date et jusqu'à dénouement, la variation de l'espérance de gain résultant de la variation du cours de l'action LVMH est enregistrée en compte de résultat.

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 opérationnel 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 POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES

2.1. Exercice 2011

2.1.1. Mode et Maroquinerie

À la suite d'une offre publique d'achat réalisée en décembre 2011, LVMH a acquis, pour 47 millions d'euros (82 millions de dollars singapouriens), 51 % de Heng Long International Ltd. (« Heng Long »), la famille fondatrice conservant 49 % du capital de Heng Long par le biais d'un réinvestissement dans la structure d'acquisition. A la suite de cette opération, Heng Long a été retirée de la cote de la Bourse de Singapour en décembre 2011. Le capital détenu par la famille fondatrice fait l'objet d'engagements d'achat pouvant être exercés en plusieurs tranches, principalement à partir de décembre 2016.

Heng Long est réputé pour son expertise en matière de tannage et de finition du cuir de crocodile. Heng Long est consolidé par intégration globale au 31 décembre 2011. L'écart d'acquisition provisoire s'élève à 24 millions d'euros. Les intérêts minoritaires ont été valorisés à hauteur de leur quote-part dans l'actif net réévalué ; la différence entre la valeur de l'engagement d'achat portant sur les 49 % du capital détenus par la famille fondatrice et les intérêts minoritaires, 24 millions d'euros, a été portée en déduction des capitaux propres.

2.1.2. Montres et Joaillerie

Bulgari

Le 5 mars 2011, LVMH a conclu avec la Famille Bulgari un Protocole, aux termes duquel celle-ci s'est engagée à lui apporter sa participation majoritaire dans le capital de la société Bulgari, sur la base d'une valeur de l'action Bulgari fixée à 12,25 euros et d'une parité de 0,108 action LVMH pour une action Bulgari, valorisant implicitement l'action LVMH à 113 euros.

Le 30 juin 2011, en application de ce Protocole, le Conseil d'administration de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA a approuvé l'apport de 55 % (48 % après dilution) du capital de Bulgari et, en rémunération de celui-ci, a émis 18 millions d'actions nouvelles, représentant 3,5 % du capital ainsi augmenté.

À la date de prise de contrôle, le 30 juin 2011, la participation de LVMH s'élevait à 76,1 % du capital (66 % après dilution) de Bulgari, soit 230,1 millions d'actions, résultant d'une part de l'opération d'apport ci-dessus, et d'autre part d'acquisitions antérieures sur le marché : 57,9 millions d'actions acquises au cours du premier trimestre 2011 et 5,9 millions d'actions déjà détenues au 31 décembre 2010.

La valeur comptable de la participation retenue pour la première consolidation de Bulgari, sur la base des titres détenus au 30 juin 2011, s'établit de la façon suivante :

	Valeur comptable à la date de prise de contrôle <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions <i>(en millions)</i>	Valeur par action <i>(en euros)</i>
Prix de revient historique des actions	739	63,8	11,58
Réévaluation à la date de prise de contrôle	42 ^(a)		
Valeur des actions acquises antérieurement à la prise de contrôle	781	63,8	
Valeur d'apport des actions apportées par les actionnaires familiaux	2 038	166,3	12,25
Réévaluation à la date de prise de contrôle	200 ^(b)		
Valeur des actions apportées à la date de prise de contrôle	2 238	166,3	
Valeur des actions détenues au 30 juin 2011	3 019	230,1	

En application des normes IFRS :

- (a) Les titres Bulgari acquis par LVMH antérieurement à la prise de contrôle ont été réévalués au cours convenu de la prise de contrôle soit 12,25 euros, générant un produit de 42 millions d'euros, enregistré en « Autres produits et charges opérationnels » (voir Note 24).
- (b) Les titres apportés par les actionnaires familiaux de Bulgari ont été réévalués par application de la parité d'échange au cours de bourse de LVMH du 30 juin 2011, date de prise de contrôle ; l'effet de cette réévaluation, de 200 millions d'euros, a été enregistré en réserves consolidées.

Bulgari a été consolidé par intégration globale à compter du 30 juin 2011 à hauteur de 66 %, taux de détention après dilution. Le tableau suivant présente les modalités d'affectation provisoire au 31 décembre 2011 du prix payé par LVMH, à la date de prise de contrôle :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation du prix
Marques, autres immobilisations incorporelles, et immobilisations corporelles, nettes	2 365
Autres actifs non courants	64
Provisions à plus d'un an	(69)
Actifs circulants	901
Passifs circulants	(319)
Dette financière nette	(24)
Impôts différés	(649)
Actif net réévalué	2 269
Intérêts minoritaires (34 %)	(772)
Actif net réévalué part du Groupe (66 %)	1 497
Écart d'acquisition provisoire	1 522
Valeur comptable de la participation au 30 juin 2011	3 019

L'écart d'acquisition provisoire, de 1 522 millions d'euros, reflète l'expertise et le savoir-faire de Bulgari, en particulier dans les métiers de la joaillerie et de l'horlogerie, ainsi que les synergies existant avec le réseau de distribution du groupe d'activités Montres et Joaillerie de LVMH. La valeur de la marque Bulgari a été estimée provisoirement à 2 100 millions d'euros.

La société Bulgari étant cotée à la Bourse de Milan (Italie), LVMH a lancé, conformément à la réglementation boursière applicable, subséquemment à l'apport, une offre publique

d'achat (OPA) sur la totalité des actions Bulgari détenues par les actionnaires minoritaires, au prix de 12,25 euros par action. Au terme de l'OPA, le 28 septembre 2011, la participation de LVMH dans Bulgari était de 98,09 %, autorisant LVMH à engager une procédure de retrait obligatoire (OPRO) des titres de Bulgari restant en circulation. Au 31 décembre 2011, la participation de LVMH est de 100 %.

Le tableau ci-dessous détaille les acquisitions de titres postérieures au 30 juin 2011 :

	Valeur totale <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions <i>(en millions)</i>	Valeur par action <i>(en euros)</i>
Actions acquises dans le cadre de l'OPA	1 338	109,2	
Actions acquises dans le cadre de l'OPRO	82	6,7	
Actions acquises sur le marché	33	2,7	
Actions acquises postérieurement au 30 juin 2011	1 453	118,6	12,25

En application du Protocole d'accord, les actions acquises dans le cadre de l'OPA comprennent 36,8 millions d'actions résultant de la conversion anticipée d'un emprunt obligataire convertible émis en 2009 par Bulgari et 9,5 millions d'actions émises à la suite de l'exercice anticipé d'options de souscription consenties antérieurement à la prise de contrôle par LVMH au bénéfice de dirigeants et salariés de Bulgari.

Les titres acquis postérieurement au 30 juin 2011 représentent un décaissement de 1 453 millions d'euros. La différence entre ce montant et la quote-part des minoritaires dans les capitaux propres de Bulgari de 772 millions d'euros, soit 681 millions d'euros, a été comptabilisée en déduction des réserves consolidées.

Les frais d'acquisition de Bulgari ont été enregistrés en « Autres produits et charges opérationnels » ; ils représentent un montant de 16 millions d'euros, voir Note 24.

L'effet de l'acquisition de Bulgari sur la trésorerie du Groupe est un décaissement de 2 025 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 89 millions d'euros et du montant issu des levées d'options de souscription pour 60 millions d'euros. Ce montant correspond, pour 705 millions d'euros, aux acquisitions de titres sur le marché lors du premier semestre, et pour 1 453 millions d'euros, aux acquisitions de titres réalisées au second semestre dans le cadre de l'OPA, le solde représentant les frais d'acquisition associés.

Au cours du deuxième semestre 2011, les ventes consolidées de Bulgari ont été de 713 millions d'euros, le résultat opérationnel courant de 85 millions d'euros et le résultat net de 71 millions d'euros. Pour l'ensemble de l'année 2011, les ventes consolidées de Bulgari ont été de 1 272 millions d'euros, pour un résultat opérationnel de 109 millions d'euros, après charges non récurrentes de 16 millions d'euros liées au rapprochement avec LVMH.

2.2. Exercice 2010

Vins et Spiritueux

En décembre 2010, LVMH a cédé la société champenoise Montaudon acquise en 2008, dont elle a conservé les contrats d'approvisionnement en raisins et certains actifs industriels.

Parfums et Cosmétiques

L'activité de La Brosse et Dupont a été cédée en septembre 2010.

Distribution sélective

En juillet 2010, le Groupe a acquis pour 75 millions d'euros 70 % du capital de Sack's, le solde de 30 % faisant l'objet d'un engagement d'achat exerçable à compter de l'exercice 2015. Sack's est leader au Brésil dans le domaine de la vente en ligne de parfums et cosmétiques et l'un des premiers distributeurs de produits de beauté dans ce pays. Sack's a été consolidé par intégration globale à compter d'août 2010.

ArteCad

En novembre 2011, le Groupe a acquis 100 % du capital de la société suisse ArteCad SA, pour un montant de 60 millions de francs suisses (49 millions d'euros), dont 14 millions font l'objet d'un paiement différé à 2015. ArteCad est l'un des leaders suisses de l'industrie de la fabrication de cadrans de montres. ArteCad est consolidé par intégration globale au 31 décembre 2011. L'écart d'acquisition provisoire s'élève à 46 millions de francs suisses (38 millions d'euros).

2.1.3. Distribution sélective

La participation de LVMH dans la société détentrice des magasins Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de parfums et cosmétiques en Russie, a été portée de 45 % à 65 % en juin 2011, pour un montant de 40 millions d'euros. Le partenaire de LVMH bénéficie d'une option de vente portant sur sa participation résiduelle de 35 %, exerçable par tranches de 2013 à 2016. Ile de Beauté, antérieurement comptabilisée par mise en équivalence, a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} juin 2011.

Le prix payé a été affecté à l'enseigne Ile de Beauté, estimée provisoirement à 12 millions d'euros ; l'écart d'acquisition provisoire s'élève à 128 millions d'euros, et représente les perspectives d'expansion de Sephora sur le marché russe. Les intérêts minoritaires ont été évalués à hauteur de leur quote-part dans l'actif net réévalué ; la différence entre la valeur de l'engagement d'achat portant sur les 35 % du capital non acquis et les intérêts minoritaires, 66 millions d'euros, a été portée en déduction des réserves consolidées.

L'écart d'acquisition, déterminé sur la base de la quote-part d'actif net acquise par le Groupe, s'élève à 75 millions d'euros. La différence entre la valeur de l'engagement d'achat portant sur les 30 % du capital non acquis et les intérêts minoritaires, soit 30 millions d'euros, a été déduite des capitaux propres.

Autres activités

En novembre 2010, le Groupe a porté sa participation dans l'ensemble immobilier de la Samaritaine de 57 % à 99 % pour un montant de 176 millions d'euros. Les frais d'acquisition, constitués principalement des droits d'enregistrement, s'élèvent à 9 millions d'euros. La différence entre le prix d'acquisition, y compris frais d'acquisition et la valeur comptable des intérêts minoritaires, soit 81 millions d'euros, a été portée en déduction des capitaux propres.

2.3. Exercice 2009

Vins et Spiritueux

En août 2009, le Groupe a acquis auprès de Groupe Arnault pour 238 millions d'euros une participation de 50 % dans le domaine viticole de Château Cheval Blanc (Gironde, France), producteur du Saint-Émilion Grand Cru classé A du même nom.

Cette participation a été consolidée par intégration proportionnelle à compter d'août 2009. Le tableau suivant résume les modalités définitives d'affectation du prix payé, sur la base du bilan de Château Cheval Blanc à la date du 12 août 2009 :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation du prix
Marque	183
Terres à vignes et vignes	35
Autres actifs corporels	3
Stocks	9
Besoin en fonds de roulement, hors stocks	(11)
Dette financière nette	8
Impôts différés	(76)
Actif net acquis (50 %)	151
Écart d'acquisition	87
Montant total de l'acquisition	238

L'écart d'acquisition résultant de cette acquisition, soit 87 millions d'euros, correspond au savoir-faire œnologique de Château Cheval Blanc, ainsi qu'aux synergies résultant de son intégration dans le groupe d'activités Vins et Spiritueux.

2.4. Incidence sur la trésorerie des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés	(2 375)	(269)	(287)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	174	(10)	9
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	8	38	-
(Disponibilités)/découverts bancaires des sociétés cédées	(5)	(5)	-
Incidences des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées sur la trésorerie	(2 198)	(246)	(278)

En 2011, l'incidence, sur la trésorerie du Groupe, des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprend notamment :

- pour 2 025 millions d'euros, l'acquisition de Bulgari ;
- pour 44 millions d'euros, l'acquisition de 51 % de Heng Long ;
- pour 49 millions d'euros, l'acquisition d'ArteCad ;
- pour 40 millions d'euros, l'acquisition de 20 % dans Ile de Beauté.

En 2010, l'incidence, sur la trésorerie du Groupe, des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprenait notamment :

- pour 185 millions d'euros, l'acquisition des intérêts minoritaires dans la Samaritaine ;

- pour 75 millions d'euros, l'acquisition de 70 % de Sack's.

En 2010, l'incidence des cessions de titres consolidés sur la trésorerie du Groupe comprenait en particulier :

- pour 20 millions d'euros, la cession de La Brosse et Dupont ;
- pour 13 millions d'euros, la cession de Montaudon.

En 2009, l'incidence des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées sur la trésorerie du Groupe comprenait en particulier :

- pour 238 millions d'euros, l'acquisition de 50% de Cheval Blanc ;
- pour 24 millions d'euros, l'acquisition d'intérêts minoritaires dans certaines filiales de Sephora Europe.

2.5. Incidence des acquisitions sur le résultat de l'exercice

Si les acquisitions de l'exercice avaient été effectuées au 1^{er} janvier, les incidences sur le compte de résultat consolidé auraient été les suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011 - Compte de résultat consolidé publié	Ajustements pro forma	2011 - Compte de résultat pro forma
Ventes	23 659	664	24 323
Résultat opérationnel courant	5 263	40	5 303

Les acquisitions de 2010 et de 2009 n'ont pas eu d'effet significatif sur le résultat des exercices correspondants.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>			2011	2010	2009
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	9 310	(460)	8 850	6 717	6 489
Enseignes	3 450	(1 406)	2 044	1 977	1 853
Licences de distribution	102	(77)	25	26	41
Droits au bail	383	(201)	182	109	91
Logiciels	677	(508)	169	138	110
Autres	431	(219)	212	137	113
Total	14 353	(2 871)	11 482	9 104	8 697
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	14	(14)	-	-	-

3.1. Variations de l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2011 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2010	7 142	3 339	1 143	11 624
Acquisitions	-	-	246	246
Cessions, mises hors service	-	-	(28)	(28)
Effets des variations de périmètre	2 106	12	211	2 329
Effets des variations de change	62	99	16	177
Reclassements	-	-	5	5
Au 31 décembre 2011	9 310	3 450	1 593	14 353

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2010	(425)	(1 362)	(733)	(2 520)
Amortissements	(32)	(1)	(149)	(182)
Dépréciations	-	-	(1)	(1)
Cessions, mises hors service	-	-	27	27
Effets des variations de périmètre	-	-	(135)	(135)
Effets des variations de change	(3)	(43)	(12)	(58)
Reclassements	-	-	(2)	(2)
Au 31 décembre 2011	(460)	(1 406)	(1 005)	(2 871)
Valeur nette au 31 décembre 2011	8 850	2 044	588	11 482

Les effets des variations de périmètre correspondent à l'évaluation provisoire de la marque Bulgari soit 2 100 millions d'euros.

Les effets des variations de change proviennent principalement des valeurs incorporelles comptabilisées en dollars US et en francs suisses, en raison de l'évolution de la parité de ces monnaies vis-à-vis de l'euro au cours de l'exercice. Il s'agit

notamment de l'enseigne DFS Galleria et de la marque Donna Karan pour le dollar US, et des marques TAG Heuer et Hublot pour le franc suisse.

La valeur brute des marques et enseignes donnant lieu à amortissement est de 784 millions d'euros au 31 décembre 2011.

3.2. Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2008	6 244	1 909	370	8 523
Acquisitions	-	-	81	81
Cessions, mises hors service	-	-	-	-
Effets des variations de périmètre	277	-	2	279
Amortissements	(32)	-	(97)	(129)
Dépréciations	-	-	-	-
Effets des variations de change	-	(56)	(1)	(57)
Au 31 décembre 2009	6 489	1 853	355	8 697
Acquisitions	1	-	135	136
Cessions, mises hors service	-	-	(13)	(13)
Effets des variations de périmètre	(2)	-	4	2
Amortissements	(34)	-	(101)	(135)
Dépréciations	-	-	-	-
Effets des variations de change	263	124	30	417
Au 31 décembre 2010	6 717	1 977	410	9 104

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2009 provenaient de l'acquisition de 50 % de Château Cheval Blanc pour 183 millions d'euros, et de la valorisation de la marque Royal Van Lent – Feadship à hauteur de 92 millions d'euros.

3.3. Marques et enseignes

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2011		2010	2009
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Vins et Spiritueux	1 027	(47)	980	977
Mode et Maroquinerie	3 908	(353)	3 555	3 542
Parfums et Cosmétiques	620	(23)	597	594
Montres et Joaillerie	3 524	(6)	3 518	1 167
Distribution sélective	3 407	(1 358)	2 049	1 853
Autres activités	274	(79)	195	209
Marques et enseignes	12 760	(1 866)	10 894	8 342

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2011 :

- Vins et Spiritueux : Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Château Cheval Blanc, Belvedere, Glenmorangie, Newton Vineyards et Numanthia Termes ;
- Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton, Fendi, Donna Karan New York, Céline, Loewe, Givenchy, Kenzo, Thomas Pink, Berluti et Pucci ;
- Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Make Up for Ever, Benefit Cosmetics, Fresh et Acqua di Parma ;
- Montres et Joaillerie : Bulgari, TAG Heuer, Zenith, Hublot, Chaumet et Fred ;

- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché, Ile de Beauté et Ole Henriksen ;
- Autres activités : les titres de presse du groupe Les Echos-Investir et la marque Royal Van Lent-Feadship.

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 du Groupe ; 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 Diamond Jewellers 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 23 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 61 % des ventes totales du Groupe.

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

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

<i>(en millions d'euros)</i>	2011			2010	2009
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	6 317	(1 175)	5 142	3 409	3 335
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 815	-	1 815	1 618	935
Total	8 132	(1 175)	6 957	5 027	4 270

Les variations sur les exercices présentés du solde net des écarts d'acquisition s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011			2010	2009
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	6 143	(1 116)	5 027	4 270	4 423
Effets des variations de périmètre	1 743	-	1 743	21	20
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	203	-	203	702	(96)
Variation des dépréciations	-	(40)	(40)	(54)	(56)
Effets des variations de change	43	(19)	24	88	(21)
Au 31 décembre	8 132	(1 175)	6 957	5 027	4 270

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2011 correspondent principalement à l'acquisition de Bulgari pour 1 522 millions d'euros, de Ile de Beauté pour 128 millions d'euros, de ArteCad pour 38 millions d'euros, et de Heng Long pour 24 millions d'euros.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2010 résultaient principalement de l'acquisition de 70 % de Sack's pour 76 millions d'euros, net de la cession de La Brosse et Dupont à hauteur de 46 millions d'euros.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2009 résultaient de l'acquisition de 50 % de Château Cheval Blanc pour 87 millions d'euros, de l'allocation du prix d'acquisition de Royal Van Lent à la marque, soit un impact négatif de 67 millions d'euros et de la finalisation de l'allocation des prix d'acquisition de Montaudon et Hublot pour 26 millions d'euros.

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

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 2011. Comme décrit en Note 1.12, l'évaluation 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 établis au cours de chaque exercice. Les principaux paramètres retenus pour la détermination des flux prévisionnels sont les suivants :

<i>(en pourcentage)</i>	2011			2010		2009	
	Taux d'actualisation		Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
	Après impôt	Avant impôt					
Vins et Spiritueux	7,5 à 11,2	11 à 16,5	2,0	7,5 à 11,6	2,0	7,5 à 11,6	2,0
Mode et Maroquinerie	8 à 13,3	11,8 à 19,6	2,0	8,7 à 12,8	2,0	8,7 à 12,8	2,0
Parfums et Cosmétiques	8 à 8,4	11,8 à 12,4	2,0	8	2,0	8	2,0
Montres et Joaillerie	8,5 à 10,3	12,5 à 15,1	2,0	9,5 à 10,8	2,0	9,5 à 10,8	2,0
Distribution sélective	8,4 à 9,6	12,4 à 14,1	2,0	7,5 à 8,6	2,0	7,5 à 8,6	2,0
Autres	6,5 à 8,2	9,6 à 12,1	2,0	7,5 à 10	2,0	7,5	2,0

La durée des plans est de 5 ans, mais peut être étendue jusqu'à 10 ans pour les marques dont le cycle de production s'étend sur une période supérieure à 5 ans, ou pour les marques qui sont en cours de repositionnement stratégique.

En 2011, la hausse des primes de risque étant compensée par une baisse des taux d'intérêt, les taux d'actualisation restent ainsi proches de ceux retenus en 2010. Les taux de croissance

annuelle retenus pour la période au-delà de la durée des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

Au 31 décembre 2011, les actifs incorporels à durée de vie indéfinie dont les valeurs nettes comptables sont les plus significatives ainsi que les paramètres retenus pour le test de perte de valeur de ces actifs sont les suivants :

	Marques et enseignes <i>(en millions d'euros)</i>	Écarts d'acquisition <i>(en millions d'euros)</i>	Total <i>(en millions d'euros)</i>	Taux d'actualisation après impôt <i>(en pourcentage)</i>	Taux de croissance au-delà de la durée des plans <i>(en pourcentage)</i>	Période couverte par les flux de trésorerie prévisionnels
Louis Vuitton	2 058	487	2 545	8,0	2,0	5 ans
Fendi	713	401	1 114	9,5	2,0	5 ans
Bulgari	2 100	1 522	3 622	8,5	2,0	10 ans
TAG Heuer	1 021	192	1 213	9,2	2,0	5 ans
DFS Galleria	1 769	14	1 782	9,6	2,0	5 ans
Sephora	281	624	905	8,4	2,0	5 ans

Au 31 décembre 2011, pour les secteurs d'activité listés ci-dessus, une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2011 n'entraînerait pas de dépréciation de ces incorporels. Le Groupe considère que

des variations supérieures à la limite de 0,5 % indiquée ci-dessus conduiraient à des niveaux d'hypothèses non pertinents, au regard de l'environnement économique actuel et des perspectives de croissance des activités concernées à moyen et long terme.

Parmi les autres secteurs d'activité, huit présentent des actifs incorporels ayant une valeur comptable proche de leur valeur d'utilité. Le montant de ces actifs incorporels au 31 décembre 2011, ainsi que le montant de la dépréciation qui résulterait

d'une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2011 sont détaillés ci-dessous :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montant des actifs incorporels concernés au 31/12/2011	Montant de la dépréciation	
		Variation du taux d'actualisation après impôt +0,5%	Variation du taux de croissance -0,5%
Vins et Spiritueux	318	(25)	(18)
Montres et Joaillerie	457	(18)	(9)
Autres groupes d'activités	474	(25)	(17)
Total	1 249	(68)	(44)

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	2011			2010	2009
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	941	-	941	916	859
Terres à vignes et vignobles	1 965	(98)	1 867	1 828	1 611
Constructions	2 428	(1 029)	1 399	988	890
Immeubles locatifs	603	(67)	536	297	286
Installations techniques, matériels et outillages	5 574	(3 679)	1 895	1 704	1 647
Autres immobilisations corporelles et en-cours	1 956	(577)	1 379	1 000	847
Total	13 467	(5 450)	8 017	6 733	6 140
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	<i>259</i>	<i>(146)</i>	<i>113</i>	<i>115</i>	<i>136</i>
<i>coût historique des terres à vignes et vignobles</i>	<i>650</i>	<i>(98)</i>	<i>552</i>	<i>538</i>	<i>531</i>

6.1. Variations de l'exercice

La variation des immobilisations corporelles au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	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 2010	1 919	2 697	358	4 858	1 522	11 354
Acquisitions	18	303	237	494	572	1 624
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	25	-	-	-	-	25
Cessions, mises hors service	(1)	(26)	(1)	(293)	(45)	(366)
Effets des variations de périmètre	-	306	-	232	56	594
Effets des variations de change	2	75	10	103	22	212
Autres mouvements, y compris transferts	2	14	(1)	180	(171)	24
Au 31 décembre 2011	1 965	3 369	603	5 574	1 956	13 467

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	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 2010	(91)	(793)	(61)	(3 154)	(522)	(4 621)
Amortissements	(7)	(76)	(5)	(524)	(90)	(702)
Dépréciations	-	(1)	-	2	1	2
Cessions, mises hors service	1	14	1	286	31	333
Effets des variations de périmètre	-	(159)	-	(188)	(29)	(376)
Effets des variations de change	(1)	(18)	(2)	(63)	(9)	(93)
Autres mouvements, y compris transferts	-	4	-	(38)	41	7
Au 31 décembre 2011	(98)	(1 029)	(67)	(3 679)	(577)	(5 450)
Valeur nette au 31 décembre 2011	1 867	2 340	536	1 895	1 379	8 017

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent des investissements immobiliers affectés à l'exploitation commerciale ou locative, les investissements de Louis Vuitton, DFS et Sephora dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux des maisons de champagne et de Parfums Christian Dior dans leurs outils de production.

6.2. Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	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 2008	1 613	1 742	291	1 631	804	6 081
Acquisitions	4	44	3	316	326	693
Cessions, mises hors service	(1)	(3)	-	(8)	(9)	(21)
Amortissements	(6)	(57)	(4)	(432)	(75)	(574)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	(53)	-	-	-	-	(53)
Effets des variations de périmètre	43	16	-	1	(1)	59
Effets des variations de change	3	(21)	(3)	(11)	(5)	(37)
Autres, y compris transferts	8	28	(1)	150	(193)	(8)
Au 31 décembre 2009	1 611	1 749	286	1 647	847	6 140
Acquisitions	5	115	3	358	367	848
Cessions, mises hors service	(2)	(2)	(1)	(9)	(13)	(27)
Amortissements	(6)	(63)	(5)	(497)	(79)	(650)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	206	-	-	-	-	206
Effets des variations de périmètre	1	(10)	-	(1)	(3)	(13)
Effets des variations de change	10	95	8	87	27	227
Autres, y compris transferts	3	20	6	119	(146)	2
Au 31 décembre 2010	1 828	1 904	297	1 704	1 000	6 733

Les acquisitions d'immobilisations corporelles de 2010 et 2009 reflétaient les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior, et des marques de champagne dans leurs outils de production. S'y ajoutaient en 2010 les effets des investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative ou commerciale ainsi que ceux de Glenmorangie dans son outil de production.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

[en millions d'euros]			2011	2010	2009
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	223	-	223	213	216
Part dans le résultat de la période	6	-	6	7	3
Dividendes versés	(12)	-	(12)	(5)	(9)
Effets des variations de périmètre	(57)	-	(57)	-	8
Effets des variations de change	3	-	3	8	(5)
Autres, y compris transferts	7	-	7	-	-
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	170	-	170	223	213

Au 31 décembre 2011, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA;
- une participation de 49 % dans Edun, société associant mode, commerce équitable et développement durable ;

- une participation de 45 % dans PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk (STTI), société de distribution indonésienne, titulaire notamment de licences de ventes en duty-free dans les aéroports.

Les effets de variation de périmètre proviennent de la mise en équivalence de l'investissement précité dans STTI et de la fin de la mise en équivalence de Ile de Beauté, consolidée par intégration globale depuis juin 2011 (voir Note 2).

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

[en millions d'euros]			2011	2010	2009
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	6 136	(154)	5 982	3 891	540

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

[en millions d'euros]			2011	2010	2009
	Total	Dont Hermès			
Au 1^{er} janvier	3 891	3 345	540	375	
Acquisitions	496	427	2 756	89	
Cessions à valeur de vente	(17)	-	(70)	(38)	
Variations de valeur de marché	1 613	1 666	(114)	93	
Variation du montant des dépréciations	(6)	-	(12)	(1)	
Reclassement de «Autres actifs non courants» à «Investissements financiers»	-	-	775	-	
Autres reclassements	(7)	-	(3)	29	
Effets des variations de périmètre	6	-	-	(2)	
Effets des variations de change	6	-	19	(5)	
Au 31 décembre	5 982	5 438	3 891	540	

Au 31 décembre 2011, les investissements financiers incluent principalement une participation dans Hermès International SCA (« Hermès ») d'un montant brut et net de 5 438 millions d'euros (3 345 millions d'euros au 31 décembre 2010). Au cours de

l'exercice 2011, la participation dans Hermès a été portée de 20,2 % à 22,4 % par acquisition de titres sur le marché. Compte tenu du statut juridique de la société Hermès, la participation de LVMH n'est pas mise en équivalence.

La participation dans Hermès, de 23,6 millions de titres, représente, sur la base du cours de bourse du titre au 31 décembre 2011, un montant de 5,4 milliards d'euros, pour un prix de revient comptable global de 3,4 milliards d'euros, (2,4 milliards en trésorerie après déduction du gain comptabilisé en 2010, lors du dénouement d'« *equity linked swaps* » portant sur 12,8 millions de titres). Les acquisitions réalisées au cours de l'exercice 2011 représentent une sortie de trésorerie de 0,4 milliard d'euros.

Le cours de l'action Hermès à la Bourse de Paris, retenu pour la valorisation de la participation, est de 230,35 euros au 31 décembre 2011 (156,75 au 31 décembre 2010).

L'augmentation de la participation dans Hermès au cours de l'exercice 2010 résultait :

- du reclassement en « Investissements financiers » en octobre 2010 de 4,5 millions de titres comptabilisés jusqu' à

cette date, en raison de l'objectif et du mode de leur détention, en Autres actifs non courants, soit 775 millions d'euros (419 millions d'euros au cours de bourse du 31 décembre 2009);

- du dénouement en octobre 2010 de contrats d'*equity linked swaps* (ci-après « ELS »), à hauteur de 12,8 millions de titres. Dénouables en numéraire lors de leur souscription en 2008, ces ELS ont été transformés en octobre 2010, par avenant aux contrats initiaux, en ELS dénouables en titres ;
- enfin, d'acquisitions sur le marché à hauteur de 3,3 millions de titres, soit 496 millions d'euros.

Les dépréciations des investissements financiers sont établies en application des principes comptables décrits en Note 1.13.

Au 31 décembre 2011, les investissements financiers détenus par le Groupe sont notamment les suivants :

(en millions d'euros)	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Écarts de réévaluation	Dividendes encaissés	Capitaux propres ^(c)	Résultat net ^(c)
Hermès International SCA (France) ^(a)	22,4 %	5 438	2 011	32	2 150 ^(d)	422 ^(d)
Hengdeli Holdings Ltd (Chine) ^(a)	6,3 %	70	47	1	489 ^(d)	62 ^(d)
Tod's SpA (Italie) ^(a)	3,5 %	67	20	2	612 ^(d)	109 ^(d)
L Real Estate SCA (Luxembourg) ^(b)	32,2 %	84	2	-	260 ^(e)	16 ^(e)
L Capital 2 FCPR (France) ^(b)	18,5 %	54	4	-	336 ^(e)	(6) ^(e)
Sociedad Textil Lonia SA (Espagne) ^(b)	25,0 %	31	22	2	121 ^(d)	35 ^(d)
Autres participations		238	36	12		
Total		5 982	2 142	49		

(a) Évaluation au cours de bourse de clôture du 31 décembre 2011.

(b) Évaluation à la valeur de réalisation estimée.

(c) Les données comptables fournies sont antérieures au 31 décembre 2011, les chiffres à fin 2011 étant indisponibles à la date d'établissement des états financiers.

(d) Données consolidées.

(e) Données sociales.

9. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	3 403	3 235	3 189
Autres matières premières et en-cours	1 292	747	720
	4 695	3 982	3 909
Marchandises	822	659	527
Produits finis	2 738	2 015	1 851
	3 560	2 674	2 378
Valeur brute	8 255	6 656	6 287
Provision pour dépréciation	(745)	(665)	(643)
Valeur nette	7 510	5 991	5 644

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011			2010	2009
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	6 656	(665)	5 991	5 644	5 764
Variation du stock brut	770	-	770	126	(69)
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	14	-	14	(3)	13
Variation de la provision pour dépréciation	-	(68)	(68)	16	(62)
Effets des variations de périmètre	694	-	694	(39)	38
Effets des variations de change	147	(12)	135	254	(29)
Reclassements	(26)	-	(26)	(7)	(11)
Au 31 décembre	8 255	(745)	7 510	5 991	5 644

Les effets des variations de périmètre reflètent essentiellement l'intégration de Bulgari et de Ile de Beauté.

Les effets de la mise à valeur de marché des vendanges sur le coût des ventes des activités Vins et Spiritueux sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	50	36	43
Effets des sorties de stocks	(36)	(39)	(30)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	14	(3)	13

10. CLIENTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Créances à valeur nominale	2 107	1 769	1 670
Provision pour dépréciation	(64)	(57)	(62)
Provision pour retours et reprises de produits	(165)	(147)	(153)
Montant net	1 878	1 565	1 455

Le montant de la dotation aux provisions pour dépréciation est, pour 2011, de 11 millions d'euros (9 millions d'euros en 2010, 18 millions d'euros en 2009).

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres magasins représente environ 63 % des ventes. Le solde clients est constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, de nombre limité et avec lesquels

le Groupe entretient des relations le plus souvent continues. Des assurances crédit sont souscrites lorsque la probabilité de non-recouvrement de ces créances le justifie.

Au 31 décembre 2011, la ventilation de la valeur brute et de la provision pour dépréciation des créances clients, en fonction de l'ancienneté des créances, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Valeur brute des créances	Dépréciation	Valeur nette des créances
Non échues :			
- moins de 3 mois	1 756	(13)	1 743
- plus de 3 mois	108	(2)	106
Échues :			
- moins de 3 mois	158	(7)	151
- plus de 3 mois	85	(42)	43
	243	(49)	194
Total	2 107	(64)	2 043

Au cours de chacun des exercices présentés, aucun client n'a représenté un montant de chiffres d'affaires excédant 10 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe. La valeur actuelle des créances clients n'est pas différente de leur valeur comptable.

11. AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Placements financiers	145	219	218
Instruments dérivés	147	209	302
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	468	271	199
Fournisseurs : avances et acomptes	163	142	113
Charges constatées d'avance	249	191	171
Autres créances, nettes	283	223	210
Total	1 455	1 255	1 213

La valeur actuelle des autres actifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Voir également Note 12 Placements financiers et Note 21 Instruments financiers et gestion des risques de marché.

12. PLACEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de Sicav et de fonds non monétaires	14	32	71
Valeurs mobilières de placement cotées	131	187	147
Total	145	219	218
<i>dont coût historique des placements financiers</i>	<i>161</i>	<i>280</i>	<i>336</i>

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Au 1^{er} janvier	219	218	590
Acquisitions	256	55	15
Cessions à valeur de vente	(285)	(106)	(343)
Variations de valeur de marché	21	74	50
Variation du montant des dépréciations	(1)	(26)	(31)
Reclassement de/(en) Investissements financiers ^(a)	7	-	(59)
Effets des variations de périmètre ^(b)	(72)	-	(1)
Effets des variations de change	-	4	(3)
Au 31 décembre	145	219	218

(a) Voir Note 8.

(b) Effets liés à l'acquisition de Bulgari. Voir Note 2.

Voir également Note 1.13 pour le mode de détermination des dépréciations des placements financiers.

13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Dépôts à terme à moins de trois mois	421	545	130
Parts de Sicav et FCP monétaires	216	141	93
Comptes bancaires	1 666	1 606	2 223
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	2 303	2 292	2 446

Le rapprochement entre le montant de la trésorerie et équivalents de trésorerie apparaissant au bilan et le montant de la trésorerie nette figurant dans le tableau de variation de trésorerie s'établit de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 303	2 292	2 446
Découverts bancaires	(222)	(250)	(172)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	2 081	2 042	2 274

14. CAPITAUX PROPRES

14.1. Capital social

Au 31 décembre 2011, le capital est constitué de 507 815 624 actions (490 642 232 au 31 décembre 2010, 490 405 654 au 31 décembre 2009), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 224 575 071 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme

nominative depuis plus de trois ans (225 670 153 au 31 décembre 2010, 226 411 288 au 31 décembre 2009).

Les variations du capital social, en nombre d'actions et en valeur, s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011		2010		2009	
	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur
Capital social au 1^{er} janvier	490 642 232	147	490 405 654	147	489 937 410	147
Augmentation de capital suite à la prise de contrôle de Bulgari	18 037 011	5	-	-	-	-
Exercices d'options de souscription d'actions	1 395 835	-	2 012 478	-	557 204	-
Annulation d'actions	(2 259 454)	-	(1 775 900)	-	(88 960)	-
Capital social au 31 décembre	507 815 624	152	490 642 232	147	490 405 654	147

14.2. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

Le portefeuille d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH, ainsi que leur affectation, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011		2010	2009
	Nombre	Valeur	Valeur	Valeur
Plans d'options de souscription	6 749 676	319	429	504
Plans d'options d'achat	285 070	22	41	223
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 160 441	64	42	25
Autres plans	1 222 491	64	70	5
Couverture des plans d'options et assimilés^(a)	9 417 678	469	582	757
Contrat de liquidité	119 000	13	13	6
Actions destinées à être annulées	-	-	-	56
Actions LVMH	9 536 678	482	595	819
Calls sur actions LVMH ^(b)	100 000	3	12	110
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	9 636 678	485	607	929

(a) Voir Note 15 concernant les plans d'options et assimilés.

(b) 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.

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 31 décembre 2011, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 13 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2011, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2010	11 939 973	595	
Achats d'actions, y.c. par exercice de calls	2 897 370	325	(317)
Exercices d'options d'achat	(218 862)	(16)	11
Attribution définitive d'actions gratuites	(143 979)	(7)	-
Annulation d'actions	(2 259 454)	(107)	-
Cessions à valeur de vente	(2 678 370)	(308)	308
Plus value/(moins value) de cession		-	-
Au 31 décembre 2011	9 536 678	482	2

Calls sur actions LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2010	300 000	12	
Achat de calls	-	-	-
Exercice de calls	(200 000)	(9)	-
Au 31 décembre 2011	100 000	3	-

14.3. Dividendes versés par la société mère LVMH SA

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 2011, le montant distribuable s'élève ainsi à 9 621 millions d'euros ; il est de 8 707 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2011.

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	2011	2010	2009
Acompte au titre de l'exercice en cours (2011 : 0,80 euro ; 2010 : 0,70 euro ; 2009 : 0,35 euro)	406	343	172
Effet des actions auto-détenues	(8)	(8)	(6)
	398	335	166
Solde au titre de l'exercice précédent (2010 : 1,40 euro ; 2009 : 1,30 euro ; 2008 : 1,25 euro)	685	636	612
Effet des actions auto-détenues	(14)	(18)	(20)
	671	618	592
Montant brut total versé au cours de l'exercice ^(a)	1 069	953	758

(a) Avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

Le solde du dividende pour l'exercice 2011, proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 5 avril 2012, est de 1,80 euro par action, soit un montant total de 914 millions d'euros avant

déduction du montant correspondant aux actions auto-détenues à la date du décaissement.

14.4. Écarts de conversion

La variation du montant des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres part du Groupe, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analyse par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	Variation	2010	2009
Dollar US	(57)	91	(148)	(487)
Franc suisse	424	48	376	93
Yen japonais	212	60	152	44
Hong Kong dollar	88	45	43	(20)
Livre sterling	(56)	17	(73)	(82)
Autres devises	64	12	52	(41)
Couvertures d'actifs nets en devises	(244)	(72)	(172)	(2)
Total, part du Groupe	431	201	230	(495)

14.5. Stratégie en matière de structure financière

Le Groupe estime que la gestion de la structure financière participe, avec le développement des sociétés qu'il détient et la gestion du portefeuille de marques, à l'objectif d'accroissement de la richesse de ses actionnaires. En outre, la qualité de crédit et la sécurisation des créanciers obligataires et bancaires du Groupe constituent un objectif en soi, autorisant par ailleurs une large capacité d'accès aux marchés à des conditions favorables.

Le Groupe gère sa structure financière avec pour but de disposer d'une forte flexibilité, ce qui permet à la fois de saisir des opportunités et de bénéficier des ressources nécessaires au développement de son activité.

À cette fin, le Groupe suit un certain nombre de ratios et d'agrégats :

- dette financière nette (voir Note 17) sur capitaux propres ;
- dette financière nette sur capacité d'autofinancement générée par l'activité ;

- capitaux permanents sur actifs immobilisés ;
- capacité d'autofinancement ;
- variation de trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible) ;
- part de la dette à plus d'un an dans la dette financière nette.

Les capitaux permanents s'entendent comme la somme des capitaux propres et des passifs non courants.

Ces indicateurs sont, le cas échéant, ajustés des engagements financiers hors bilan du Groupe.

Le Groupe recherche, pour ces indicateurs, un niveau lui permettant de bénéficier d'un bon niveau de flexibilité financière.

L'objectif de flexibilité financière se traduit aussi par l'entretien de relations bancaires nombreuses et diversifiées, par le recours régulier à plusieurs marchés de dette négociable (à plus d'un an comme à moins d'un an), par la détention d'un montant

significatif de trésorerie et équivalents de trésorerie et par l'existence de montants appréciables de lignes de crédit confirmées non tirées.

En particulier, les lignes de crédit confirmées non tirées ont vocation à aller bien au-delà de la couverture de l'encours du programme de billets de trésorerie.

15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription

L'Assemblée générale du 14 mai 2009 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2012, de 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 d'actions 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 trois ans pour les plans émis antérieurement à 2004, ou quatre ans, pour les plans émis à partir de 2004.

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 d'une action pour une option attribuée.

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée générale du 31 mars 2011 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en mai 2014, 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 gratuites aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France devient définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans (trois ans pour les attributions au titre des plans ouverts en 2011), au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pour une durée complémentaire de deux ans.

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En substitution des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, le Groupe a mis en place des plans équivalents à des plans d'options d'achat ou à des plans d'attribution d'actions gratuites en termes de gains pour le bénéficiaire, mais dénouables en numéraire et non en titres. La durée d'acquisition des droits est de quatre ans.

Conditions de performance

Depuis 2009, les plans d'options de souscription d'actions ou d'attribution d'actions gratuites sont assortis, dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire, de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans.

15.1. Plans d'options d'achat

Les principales caractéristiques des plans d'options d'achat ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées	Prix d'exercice (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2011	Nombre d'options devenues caduques en 2011	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2011
23 janvier 2001 ^(a)	2 649 075	65,12	3 ans	(46 870)	(171 675)	-
6 mars 2001 ^(a)	40 000	63,53	"	-	-	-
14 mai 2001 ^(a)	552 500	61,77	"	(14 122)	-	-
12 septembre 2001 ^(a)	50 000	52,48	"	-	(50 000)	-
22 janvier 2002	3 256 700	43,30	"	(77 175)	(48 300)	167 702
22 janvier 2002	27 400	45,70	"	-	(2 700)	1 550
15 mai 2002	8 560	54,83	"	(5 560)	-	-
22 janvier 2003	3 155 225	37,00	"	(74 065)	(37 375)	189 418
22 janvier 2003	58 500	38,73	"	(1 070)	(1 500)	26 400
				(218 862)	(311 550)	385 070

(a) Plans expirés respectivement les 22 janvier 2011, 5 mars 2011, 13 mai 2011 et 11 septembre 2011.

Le nombre d'options d'achat non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué comme suit au cours des exercices présentés :

	2011		2010		2009	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>
Options d'achat restant à exercer au 1 ^{er} janvier	915 482	47,15	6 603 112	58,05	7 862 248	57,73
Options devenues caduques	(311 550)	56,04	(1 078 800)	80,07	(568 634)	63,93
Options exercées	(218 862)	47,30	(4 608 830)	55,06	(690 502)	49,59
Options d'achat restant à exercer au 31 décembre	385 070	39,90	915 482	47,15	6 603 112	58,05

15.2. Plans d'options de souscription

Les principales caractéristiques des plans d'options de souscription ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2011	Nombre d'options devenues caduques en 2011	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2011
21 janvier 2004	2 720 425	55,70	4 ans	(397 045)	(8 100)	950 335
"	27 050	58,90	"	(3 000)	-	10 100
12 mai 2005	1 852 150	52,82	"	(385 475)	(3 000)	430 203
"	72 250	55,83	"	(1 500)	-	49 350
11 mai 2006	1 712 959	78,84	"	(163 043)	(8 038)	1 077 478
"	76 400	82,41	"	(8 050)	(1 500)	39 300
10 mai 2007	1 679 988	86,12	"	(437 722)	(21 312)	1 158 194
15 mai 2008	1 621 882	72,50	"	-	(24 450)	1 547 513
"	76 438	72,70	"	-	(1 300)	75 138
14 mai 2009	1 266 507	56,50	"	-	(16 638)	1 236 143
"	35 263	56,52	"	-	(125)	27 663
29 juillet 2009	2 500	57,10	"	-	-	2 500
				(1 395 835)	(84 463)	6 603 917

Le nombre d'options de souscription non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué comme suit au cours des exercices présentés :

	2011		2010		2009	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>
Options de souscription restant à exercer au 1 ^{er} janvier	8 084 215	68,79	10 214 500	66,99	9 569 660	67,76
Attributions	-	-	-	-	1 304 270	56,50
Options devenues caduques	(84 463)	71,23	(117 807)	72,09	(102 226)	72,41
Options exercées	(1 395 835)	67,31	(2 012 478)	59,62	(557 204)	54,37
Options de souscription restant à exercer au 31 décembre	6 603 917	69,07	8 084 215	68,79	10 214 500	66,99

Les options de souscription attribuées dans le cadre du plan mis en place le 14 mai 2009 ne sont exerçables que dans la mesure

où, pour chacun des exercices 2009 et 2010 (ou, pour les dirigeants mandataires sociaux, au titre de trois des quatre

exercices 2009 à 2012), l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe, enregistre une variation

positive par rapport à l'exercice 2008. La condition de performance, qui a été satisfaite en 2009, 2010 et 2011, a également été considérée comme satisfaite pour les exercices ultérieurs, pour la détermination de la charge 2011.

15.3. Plans d'attribution d'actions gratuites

Les principales caractéristiques des plans d'attribution d'actions gratuites ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Attributions initiales	Dont actions gratuites de performance	Période d'acquisition des droits	Attributions devenues caduques en 2011	Attribution définitive d'actions en 2011	Attributions provisoires au 31/12/2011
14 mai 2009	311 209	-	2 ^(a) ou 4 ans ^(b)	(14 405)	(143 979)	141 958
29 juillet 2009	833	-	"	-	-	833
15 avril 2010	469 436	274 367	"	(7 420)	-	462 016
31 mars 2011	442 052	257 724	3 ^(a) ou 4 ans ^(b)	(1 418)	-	440 634
20 octobre 2011	115 000	-	3 ans	-	-	115 000
				(23 243)	(143 979)	1 160 441

(a) Bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France

(b) Bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

Le nombre d'attributions provisoires a évolué comme suit au cours de l'exercice :

<i>(en nombre d'actions)</i>	2011	2010	2009
Attributions provisoires au 1 ^{er} janvier	770 611	464 630	311 459
Attributions provisoires de l'exercice	557 052	469 436	312 042
Attributions devenues définitives	(143 979)	(149 590)	(149 612)
Attributions devenues caduques	(23 243)	(13 865)	(9 259)
Attributions provisoires au 31 décembre	1 160 441	770 611	464 630

Les plans d'attribution d'actions gratuites ouverts en 2010 et l'un des plans ouverts en 2011 sont assortis, dans des proportions variables selon les bénéficiaires, de conditions de performance ; les actions gratuites concernées ne sont attribuées définitivement que dans la mesure où, pour chacun des exercices 2011 et 2012 (2010 et 2011 pour le plan ouvert en 2010), l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle

courante du Groupe, enregistre une variation positive par rapport à l'exercice 2010 (2009 pour le plan ouvert en 2010). Les conditions de performance, qui ont été satisfaites au titre des exercices 2010 et 2011, ont été considérées comme satisfaites en 2012 pour la détermination de la charge de l'exercice 2011.

Les attributions devenues définitives proviennent d'actions antérieurement détenues.

15.4. Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

Les plans restant ouverts au 31 décembre, par nature et en nombre équivalent d'actions, ainsi que la provision inscrite au bilan au titre de ces plans, s'analysent de la façon suivante :

	2011	2010	2009
Nature du plan de référence <i>(en nombre équivalent d'actions)</i> :			
Plans d'options d'achat	20 050	21 450	113 500
Plans d'actions gratuites	50 364	93 848	136 538
Provision au 31 décembre <i>(en millions d'euros)</i>	6	10	10

15.5. Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	52	44	46
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	1	6	7
Charge de l'exercice	53	50	53

Dans le calcul ci-dessus, la charge comptable est déterminée plan par plan selon la méthode Black & Scholes, comme décrit en Note 1.25. Les paramètres et hypothèses retenus pour cette évaluation sont les suivants :

	Plans 2009
Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (en euros)	57,28
Prix d'exercice moyen (en euros)	56,50
Volatilité du cours de l'action LVMH	37,0%
Taux de distribution de dividendes	2,8%
Taux de placement sans risque	2,7%

Le cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution des plans 2011 était de 111,65 euros pour le plan du 31 mars 2011 et 112,50 euros pour le plan du 20 octobre 2011.

La volatilité du cours de l'action LVMH est déterminée sur la base de la volatilité implicite observée.

La valeur unitaire moyenne des attributions provisoires d'actions gratuites en 2011 est de 105,35 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 102,57 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

16. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Au 1^{er} janvier	1 006	989	989
Part des minoritaires dans le résultat	400	287	218
Dividendes versés aux minoritaires	(187)	(158)	(176)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées :			
- consolidation de Bulgari	772	-	-
- consolidation de Heng Long	18	-	-
- autres mouvements	2	(3)	11
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires :			
- acquisition de titres de minoritaires de la Samaritaine	-	(104)	-
- acquisition de titres de minoritaires Bulgari	(771)	-	-
- autres mouvements	(14)	-	(8)
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	7	(107)	3
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	4	1	11
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	33	88	(29)
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	3	3	3
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	(205)	(97)	(30)
Au 31 décembre	1 061	1 006	989

L'évolution de la part des intérêts minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres se décompose ainsi :

(en millions d'euros)	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2008	(84)	7	126	49
Variations de l'exercice	(24)	2	(7)	(29)
Au 31 décembre 2009	(108)	9	119	20
Variations de l'exercice	65	(4)	27	88
Au 31 décembre 2010	(43)	5	146	108
Variations de l'exercice	36	(6)	3	33
Au 31 décembre 2011	(7)	(1)	149	141

17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

17.1. Dette financière nette

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Dette financière à plus d'un an	4 132	3 432	4 077
Dette financière à moins d'un an	3 134	1 834	1 708
Dette financière brute	7 266	5 266	5 785
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(159)	(82)	(89)
Autres dérivés	1	5	6
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	7 108	5 189	5 702
Placements financiers	(145)	(219)	(218)
Autres actifs financiers courants	-	-	(44)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 303)	(2 292)	(2 446)
Dette financière nette	4 660	2 678	2 994

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 19).

Au cours de l'exercice, LVMH a procédé à une émission obligataire publique, comportant deux tranches de 500 millions d'euros chacune. Ces tranches, émises respectivement à 99,617 % et 99,484 % du pair, sont

remboursables *in fine* au pair en avril 2015 et en avril 2018 ; les taux d'intérêt effectifs déterminés lors de l'émission sont de, respectivement, 3,47 % et 4,08 %.

En outre, LVMH a émis, dans le cadre de placements privés, des emprunts obligataires en dollar US, rémunérés à taux variable, pour un montant total équivalent à 244 millions d'euros, remboursables en 2013.

17.2. Analyse de la dette financière brute par nature

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	3 390	2 776	3 425
Crédit-bail et locations de longue durée	133	131	121
Emprunts auprès des établissements de crédit	609	525	531
Dette financière à plus d'un an	4 132	3 432	4 077
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	759	815	723
Crédit-bail et locations de longue durée	19	17	23
Emprunts auprès des établissements de crédit	248	179	135
Billets de trésorerie	1 603	272	200
Autres emprunts et lignes de crédit	193	224	352
Découverts bancaires	222	250	172
Intérêts courus	90	77	103
Dette financière à moins d'un an	3 134	1 834	1 708
Dette financière brute totale	7 266	5 266	5 785
Valeur de marché de la dette financière brute	7 418	5 422	5 979

Aux 31 décembre 2011, 2010 et 2009, aucun encours n'était comptabilisé selon l'option juste valeur. Voir Note 1.18.

17.3. Emprunts obligataires et EMTN

Montant nominal <i>(en devises)</i>	Date d'émission	Échéance	Taux effectif initial ^(a) (%)	2011 <i>(en millions d'euros)</i>	2010	2009
EUR 500 000 000	2011	2018	4,08	524	-	-
EUR 500 000 000	2011	2015	3,47	522	-	-
EUR 1 000 000 000	2009	2014	4,52	1 033	1 021	998
CHF 200 000 000	2008	2015	4,04	165	161	135
CHF 200 000 000	2008	2011	3,69	-	161	135
EUR 760 000 000 ^(b)	2005 et 2008	2012	3,76	759	755	752
CHF 300 000 000	2007	2013	3,46	250	243	206
EUR 600 000 000	2004	2011	4,74	-	609	611
EUR 750 000 000	2003	2010	5,05	-	-	723 ^(c)
Émissions publiques				3 253	2 950	3 560
EUR 250 000 000	2009	2015	4,59	263	257	251
EUR 150 000 000	2009	2017	4,81	161	153	149
Placements privés en devises				472	231	188
Placements privés EMTN				896	641	588
Total emprunts obligataires et EMTN				4 149	3 591	4 148

(a) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

(b) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 600 millions d'euros émis en 2005 à un taux effectif initial de 3,43% et d'un abondement de 160 millions d'euros réalisé en 2008 à un taux effectif de 4,99%.

(c) Des rachats effectués en 2009 accompagnés d'annulations ont permis de réduire le nominal de cet emprunt de 35 millions d'euros.

17.4. Analyse de la dette financière brute par échéance et par nature de taux

(en millions d'euros)	Dette financière brute			Effets des instruments dérivés			Dette financière brute après effets des instruments dérivés		
	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total
Échéance : 2012	2 952	182	3 134	(1 751)	1 747	(4)	1 201	1 929	3 130
2013	596	496	1 092	84	(84)	0	680	412	1 092
2014	1 114	160	1 274	(1 000)	936	(64)	114	1 096	1 210
2015	962	6	968	(750)	691	(59)	212	697	909
2016	6	3	9	100	(105)	(5)	106	(102)	4
Au-delà	788	1	789	(150)	124	(26)	638	125	763
Total	6 418	848	7 266	(3 467)	3 309	(158)	2 951	4 157	7 108

Voir Note 21.4 concernant les valeurs de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2012 de la dette financière brute se décompose ainsi, par trimestre :

(en millions d'euros)	Échéance 2012
Premier trimestre	2 063
Deuxième trimestre	984
Troisième trimestre	25
Quatrième trimestre	62
Total	3 134

17.5. Analyse de la dette financière brute par devise après effet des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2011	2010	2009
Euro	5 349	3 587	4 317
Dollar US	253	221	172
Franc suisse	991	988	806
Yen japonais	274	208	235
Autres devises	241	185	172
Total	7 108	5 189	5 702

La dette en devises a le plus souvent pour objet de couvrir les actifs nets en devises de sociétés consolidées situées hors zone Euro.

17.6. Sensibilité

Sur la base de la dette au 31 décembre 2011 :

- une hausse instantanée de 1 point sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une augmentation de 42 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une baisse de 62 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés ;
- une baisse instantanée de 1 point de ces mêmes courbes aurait pour effet une diminution de 42 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une hausse de 62 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés.

Ces variations resteraient sans incidence sur le montant des capitaux propres au 31 décembre 2011, en raison de l'absence de couverture de la charge d'intérêt future.

17.7. Covenants

Le Groupe s'est engagé, dans le cadre de certaines lignes de crédit à long terme, à respecter un ratio de dette financière nette sur capitaux propres.

Le niveau actuel de ce ratio est très en-deçà des seuils contractuels, de telle sorte que le Groupe dispose d'une flexibilité financière élevée au regard de cet engagement.

17.8. Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2011, l'encours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,4 milliards d'euros.

17.9. Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2011, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 200 millions d'euros.

18. PROVISIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	283	261	240
Provisions pour risques et charges	1 096	886	725
Provisions pour réorganisation	21	20	25
Part à plus d'un an	1 400	1 167	990
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	11	9	8
Provisions pour risques et charges	294	274	242
Provisions pour réorganisation	44	56	84
Part à moins d'un an	349	339	334
Total	1 749	1 506	1 324

Au cours de l'exercice 2011, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2010	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	2011
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	270	53	(56)	(2)	21	8	294
Provisions pour risques et charges	1 160	305	(98)	(78)	58	43	1 390
Provisions pour réorganisation	76	22	(32)	(3)	2	-	65
Total	1 506	380	(186)	(83)	81	51	1 749
<i>dont : résultat opérationnel courant</i>		202	(148)	(50)			
<i>résultat financier</i>		-	-	-			
<i>autres</i>		178	(38)	(33)			

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.

Les provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés sont analysées en Note 28.

19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Engagements d'achat de titres de minoritaires	4 195	3 686	2 841
Instruments dérivés	4	2	22
Participation du personnel aux résultats ^(a)	88	88	80
Autres dettes	219	171	146
Total	4 506	3 947	3 089

(a) Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

Moët Hennessy SNC et MH International SAS (« Moët Hennessy ») détiennent les participations Vins et Spiritueux du groupe LVMH à l'exception des participations dans Château d'Yquem et Château Cheval Blanc et à l'exception de certains vignobles champenois.

Aux 31 décembre 2011, 2010 et 2009, 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, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de la juste valeur de Moët Hennessy à la date d'exercice

de la promesse. Dans le calcul de l'engagement, la juste valeur a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux données opérationnelles consolidées de Moët Hennessy.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre l'engagement relatif aux minoritaires de Benefit (20 %), de Ile de Beauté (35 %), de Heng Long (49 %) ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

La valeur actuelle des autres passifs non courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

20. AUTRES PASSIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Instruments dérivés	265	145	92
Personnel et organismes sociaux	855	687	581
Participation du personnel aux résultats ^(a)	86	72	67
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	385	317	252
Clients : avances et acomptes versés	180	203	228
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	282	177	186
Produits constatés d'avance	111	76	61
Autres dettes	552	466	407
Total	2 716	2 143	1 874

(a) Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

La valeur actuelle des autres passifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

Les instruments dérivés sont analysés en Note 21.

21. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont principalement pour objet la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine.

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

La gestion des risques de change, de taux et des marchés actions et les transactions sur instruments financiers sont effectuées de façon centralisée.

Le Groupe a mis en place une politique, des règles de gestion et des procédures strictes pour mesurer, gérer et contrôler ces risques de marché.

L'organisation de ces activités repose sur la séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (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 rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Comité d'audit. Les décisions de couverture sont prises selon un processus établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

Les contreparties sont notamment retenues en fonction de leur notation et selon une approche de diversification des risques.

21.2. Présentation des actifs et passifs financiers au bilan

Ventilation et juste valeur des actifs et passifs financiers selon les catégories définies par IAS 39

<i>(en millions d'euros)</i>		2011		2010		2009	
Notes		Valeur au bilan	Juste valeur	Valeur au bilan	Juste valeur	Valeur au bilan	Juste valeur
Investissements financiers	8	5 982	5 982	3 891	3 891	540	540
Placements financiers	12	145	145	219	219	218	218
Investissements et placements financiers (voir Note 1.13)		6 127	6 127	4 110	4 110	758	758
Autres actifs non courants, hors instruments dérivés		335	335	256	256	624	624
Créances clients et comptes rattachés	10	1 878	1 878	1 565	1 565	1 455	1 455
Autres actifs courants ^(a)	11	914	914	636	636	522	522
Prêts et créances (voir Note 1.15)		3 127	3 127	2 457	2 457	2 601	2 601
Trésorerie et équivalents (voir Note 1.16)	13	2 303	2 303	2 292	2 292	2 446	2 446
Actifs financiers, hors instruments dérivés		11 557	11 557	8 859	8 859	5 805	5 805
Dette financière à plus d'un an	17	4 132	4 275	3 432	3 582	4 077	4 269
Dette financière à moins d'un an	17	3 134	3 143	1 834	1 840	1 708	1 710
Fournisseurs et comptes rattachés		2 952	2 952	2 298	2 298	1 911	1 911
Autres passifs non courants ^(b)	19	307	307	259	259	226	226
Autres passifs courants ^(c)	20	2 340	2 340	1 922	1 922	1 721	1 721
Passifs financiers, hors instruments dérivés (voir Note 1.18)		12 865	13 017	9 745	9 901	9 643	9 837
Instruments dérivés (voir Note 1.19)	21.3	21	21	123	123	314	314

(a) Hors instruments dérivés, placements financiers et charges constatées d'avance.

(b) Hors engagements d'achat de titres et instruments dérivés.

(c) Hors instruments dérivés et produits constatés d'avance.

La juste valeur est le plus souvent la valeur de marché, celle-ci étant définie comme le prix qu'un tiers informé agissant librement serait prêt à verser ou recevoir pour l'actif ou le passif concerné.

Ventilation par méthode de valorisation des actifs et passifs financiers valorisés à la juste valeur

<i>(en millions d'euros)</i>	2011			2010			2009		
	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents
Valorisation :									
Cotation boursière	5 738	-	2 303	3 750	-	2 292	356	-	2 446
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	112	290	-	119	270	-	191	428	-
Cotations privées	277	-	-	241	-	-	211	-	-
Autre	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Actifs	6 127	290	2 303	4 110	270	2 292	758	428	2 446
Valorisation :									
Cotation boursière	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	-	269	-	-	147	-	-	114	-
Cotations privées	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Passifs	-	269	-	-	147	-	-	114	-

Les correspondances entre les méthodes de valorisation et les hiérarchies de juste valeur IFRS 7 sont les suivantes :

- cotations boursières : niveau 1
- formules de calcul reposant sur des cotations de marché : niveau 2
- cotations privées : niveau 3

Le montant des actifs financiers évalués sur la base de cotations privées a évolué ainsi en 2011 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011
Au 1^{er} janvier	241
Acquisitions	37
Cessions (à valeur de vente)	(17)
Gains et pertes enregistrés en résultat	2
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	14
Au 31 décembre	277

21.3. Synthèse des instruments dérivés

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan dans les rubriques et pour les montants suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>		Notes	2011	2010	2009
Risque de taux d'intérêt	Actifs : non courants		113	41	46
	courants		57	66	90
	Passifs : non courants		(1)	(1)	(21)
	courants		(10)	(24)	(26)
		21.4	159	82	89
Risque de change	Actifs : non courants		2	8	6
	courants		83	139	211
	Passifs : non courants		(3)	(1)	(1)
	courants		(255)	(121)	(56)
		21.5	(173)	25	160
Autres risques	Actifs : non courants		28	12	74
	courants		7	4	1
	Passifs : non courants		-	-	-
	courants		-	-	(10)
			35	16	65
Total	Actifs : non courants		143	61	126
	courants	11	147	209	302
	Passifs : non courants	19	(4)	(2)	(22)
	courants	20	(265)	(145)	(92)
			21	123	314

21.4. Instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux d'intérêt

L'objectif de la politique de gestion menée est d'adapter le profil de la dette au profil des actifs, de contenir les frais financiers, et de prémunir le résultat contre une variation 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 2011 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ^[a]		
	2012	2013 à 2016	Au-delà de 2016	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :							
- payeur de taux fixe	-	269	-	269	-	(8)	(8)
- payeur de taux variable	1 752	1 841	150	3 743	164	4	168
- taux variable/taux variable	-	152	-	152	-	-	-
Swaps de devises	-	386	-	386	-	(1)	(1)
Total					164	(5)	159

[a] Gain/(Perte)

21.5. 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 différentes de leur monnaie fonctionnelle ; ces flux en devises sont constitués 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 des sociétés exportatrices ou importatrices, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice (couverture de juste valeur), soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants (couverture des flux de trésorerie futurs).

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 par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

En outre, le Groupe peut couvrir les situations nettes de ses filiales situées hors zone Euro, 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 2011 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ^(a)				
	2011	2012	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées									
Put USD	2	47	-	49	-	-	-	-	-
Put GBP	10	-	-	10	-	-	-	-	-
	12	47	-	59	-	-	-	-	-
Tunnels									
Vendeur USD	420	2 866	169	3 455	(2)	(20)	-	(5)	(27)
Vendeur JPY	13	176	-	189	(1)	(4)	-	-	(5)
	433	3 042	169	3 644	(3)	(24)	-	(5)	(32)
Contrats à terme^(b)									
USD	327	53	-	380	(12)	(1)	-	(1)	(14)
JPY	143	462	141	746	(5)	(38)	-	(3)	(46)
GBP	32	6	-	38	(1)	-	-	-	(1)
Autres	88	59	-	147	(3)	-	-	1	(2)
	590	580	141	1 311	(21)	(39)	-	(3)	(63)
Swaps cambistes^(b)									
USD	2 450	-	-	2 450	-	-	(63)	(23)	(86)
CHF	456	-	-	456	-	-	(9)	3	(6)
GBP	322	-	-	322	-	-	-	(10)	(10)
JPY	(143)	-	-	(143)	-	-	(3)	38	35
Autres	167	-	-	167	-	-	(48)	37	(11)
	3 252	-	-	3 252	-	-	(123)	45	(78)
Total					(24)	(63)	(123)	37	(173)

(a) Gain/(Perte).

(b) Vente/(Achat).

L'effet en résultat des couvertures de flux de trésorerie futurs ainsi que les flux de trésorerie futurs couverts par ces instruments seront comptabilisés en 2012, leur montant étant fonction des cours de change en vigueur à cette date.

Les incidences sur le résultat net de l'exercice 2011 d'une variation de 10 % du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar par rapport à l'euro, y compris l'effet des couvertures en vie durant l'exercice, seraient les suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Incidences liées :								
- au taux d'encaissement des ventes en devises	(14)	14	(31)	23	-	(1)	1	-
- à la conversion des résultats des sociétés consolidées situées hors zone Euro	59	(59)	11	(11)	19	(19)	45	(45)
Incidences sur le résultat net	45	(45)	(20)	12	19	(20)	46	(45)

Les données figurant dans le tableau ci-dessus doivent être appréciées sur la base des caractéristiques des instruments de couverture en vie au cours de l'exercice 2011, constitués principalement d'options et de tunnels.

Au 31 décembre 2011, les encaissements prévisionnels de 2012 en dollar US et yen japonais sont couverts à hauteur de 85 % et 83 %, respectivement.

L'incidence des variations de change sur les capitaux propres hors résultat net peut être évaluée au 31 décembre 2011 à travers les effets d'une variation de 10 % du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar par rapport aux cours de ces devises à la même date :

<i>(en millions d'euros)</i>	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Conversion de l'actif net en devises	303	(303)	78	(78)	192	(192)	163	(163)
Variation de valeur des instruments de couverture d'actif net, après impôt	(116)	95	(8)	7	(71)	58	(60)	49
Incidences sur les capitaux propres, hors résultat net	187	(208)	70	(71)	121	(134)	103	(114)

21.6. Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

La politique d'investissement et de placement du Groupe s'inscrit dans la durée. Occasionnellement, le Groupe peut investir dans des instruments financiers à composante action ayant pour objectif de dynamiser la gestion de son portefeuille de placements.

Le Groupe est exposé aux risques de variation de cours des actions soit directement, en raison de la détention de participations ou de placements financiers, soit indirectement du fait de la détention de fonds eux-mêmes investis partiellement en actions.

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire. La valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet d'une cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de la valorisation à la date de clôture. La valorisation des instruments tient ainsi compte de paramètres de marché tels les taux d'intérêt et le cours de bourse. Au 31 décembre 2011, les instruments dérivés liés à la gestion du risque actions ayant un impact sur le résultat net du Groupe ont une valeur de marché positive de 28 millions d'euros. D'un montant nominal de 24 millions

d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2011, un effet net sur le résultat du Groupe d'environ 0,3 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2014, principalement.

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas, afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place, soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles futures d'alliages avec des affineurs, ou le prix de produits semi-finis avec des producteurs, soit en direct par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or. Les instruments dérivés liés à la couverture du prix des métaux précieux en vie au 31 décembre 2011 ont une valeur de marché de 7 millions d'euros. D'un montant nominal de 94 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2011, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 1 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2012.

21.7. 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 à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés, nette de la trésorerie et équivalents, soit 0,8 milliard d'euros à fin 2011, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 1,6 milliard d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,4 milliards d'euros.

La liquidité du Groupe repose ainsi sur l'ampleur de ses placements, sur sa capacité à dégager des 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.

Le tableau suivant présente, pour les passifs financiers comptabilisés au 31 décembre 2011, l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux passifs financiers (hors instruments dérivés), nominal et intérêts, hors effet d'actualisation :

<i>(en millions d'euros)</i>	2012	2013	2014	2015	2016	Au-delà de 5 ans	Total
Emprunts obligataires et EMTN	891	586	1 334	954	27	679	4 471
Emprunts auprès des établissements de crédit	269	368	234	11	5	10	897
Autres emprunts et lignes de crédit	196	-	-	-	-	-	196
Crédit-bail et locations de longue durée	25	24	21	18	15	354	457
Billets de trésorerie	1 603	-	-	-	-	-	1 603
Découverts bancaires	222	-	-	-	-	-	222
Dette financière brute	3 206	978	1 589	983	47	1 043	7 846
Autres passifs, courants et non courants ^(a)	2 399	47	40	34	35	92	2 647
Fournisseurs et comptes rattachés	2 952	-	-	-	-	-	2 952
Autres passifs financiers	5 351	47	40	34	35	92	5 599
Total des passifs financiers	8 557	1 025	1 629	1 017	82	1 135	13 445

(a) Correspond à hauteur de 2 340 millions d'euros aux Autres passifs courants (hors instruments dérivés et produits constatés d'avance) et de 307 millions d'euros aux Autres passifs non courants (hors instruments dérivés et engagements d'achat de minoritaires), voir Note 21.2.

Voir Note 29.3 concernant l'échéancier contractuel des cautions et avals, 21.4 et 21.5 concernant les instruments dérivés de change et Notes 17.4 et 21.4 concernant les instruments dérivés de taux.

22. INFORMATION SECTORIELLE

Les marques et enseignes du Groupe sont organisées en six groupes d'activités. Quatre groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, regroupent les marques de produits de même nature, ayant des modes de production et de distribution similaires. Le groupe d'activités Distribution

sélective regroupe les activités de distribution sous enseigne. Le groupe Autres et Holdings réunit les marques et activités ne relevant pas des groupes précités, le plus souvent les activités nouvelles pour le Groupe, ainsi que l'activité des sociétés holdings ou immobilières.

22.1. Informations par groupe d'activités

Exercice 2011

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	3 511	8 672	2 851	1 911	6 414	300	-	23 659
Ventes entre groupes d'activités	13	40	344	38	22	14	(471)	-
Total des ventes	3 524	8 712	3 195	1 949	6 436	314	(471)	23 659
Résultat opérationnel courant	1 101	3 075	348	265	716	(204)	(38)	5 263
Autres produits et charges opérationnels	(16)	(56)	(2)	(6)	(26)	(3)	-	(109)
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles ^(b)	170	496	145	169	235	655	-	1 870
Charges d'amortissement	92	359	105	82	209	37	-	884
Charges de dépréciation	-	20	-	-	5	15	-	40
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ^(c)	3 047	4 705	926	5 423	2 905	870	-	17 876
Stocks	3 905	1 030	337	1 118	1 181	67	(128)	7 510
Autres actifs opérationnels	2 828	2 304	799	1 043	1 610	3 473	9 626 ^(d)	21 683
Total actif	9 780	8 039	2 062	7 584	5 696	4 410	9 498	47 069
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	23 512	23 512
Passifs opérationnels	1 259	1 708	1 019	672	1 496	662	16 741 ^(e)	23 557
Total passif et capitaux propres	1 259	1 708	1 019	672	1 496	662	40 253	47 069

Les données de l'exercice 2011 intègrent celles de Bulgari, consolidée par intégration globale depuis le 30 juin 2011. En raison de l'unicité de management et de marque de Bulgari, dont l'activité est majoritairement constituée de la fabrication et distribution de montres et joaillerie, l'ensemble des activités

de Bulgari, y compris les parfums et cosmétiques, ont été classées dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie.

L'activité parfums et cosmétiques de Bulgari représente au 31 décembre 2011, pour la période de consolidation au sein du groupe LVMH, des ventes consolidées de 142 millions d'euros.

Exercice 2010

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	3 252	7 549	2 806	970	5 360	383	-	20 320
Ventes entre groupes d'activités	9	32	270	15	18	26	(370)	-
Total des ventes	3 261	7 581	3 076	985	5 378	409	(370)	20 320
Résultat opérationnel courant	930	2 555	332	128	536	(141)	(19)	4 321
Autres produits et charges opérationnels	(21)	(30)	(39)	(3)	(26)	(33)	-	(152)
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles ^(b)	97	351	112	47	194	183	-	984
Charges d'amortissement	97	314	106	29	201	38	-	785
Charges de dépréciation	-	21	-	-	17	16	-	54
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ^(c)	2 853	4 675	911	1 712	2 729	867	-	13 747
Stocks	3 626	770	275	403	935	70	(88)	5 991
Autres actifs opérationnels	2 700	2 034	686	336	1 485	2 689	7 496 ^(d)	17 426
Total actif	9 179	7 479	1 872	2 451	5 149	3 626	7 408	37 164
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	18 204	18 204
Passifs opérationnels	1 069	1 334	971	221	1 188	641	13 536 ^(e)	18 960
Total passif et capitaux propres	1 069	1 334	971	221	1 188	641	31 740	37 164

Exercice 2009

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	2 732	6 274	2 520	752	4 517	258	-	17 053
Ventes entre groupes d'activités	8	28	221	12	16	20	(305)	-
Total des ventes	2 740	6 302	2 741	764	4 533	278	(305)	17 053
Résultat opérationnel courant	760	1 986	291	63	388	(135)	(1)	3 352
Autres produits et charges opérationnels	(41)	(71)	(17)	(32)	(19)	(13)	2	(191)
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles ^(b)	96	284	96	26	182	90	-	774
Charges d'amortissement	92	268	99	27	175	40	-	701
Charges de dépréciation	-	20	20	-	5	11	-	56
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ^(c)	2 254	4 612	918	1 450	2 522	897	-	12 653
Stocks	3 548	701	226	369	738	128	(66)	5 644
Autres actifs opérationnels	2 540	1 855	644	257	1 342	2 389	4 782 ^(d)	13 809
Total actif	8 342	7 168	1 788	2 076	4 602	3 414	4 716	32 106
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	14 785	14 785
Passifs opérationnels	1 013	1 137	805	176	1 001	614	12 575 ^(e)	17 321
Total passif et capitaux propres	1 013	1 137	805	176	1 001	614	27 360	32 106

(a) Les éliminations portent sur les 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 groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes à des grossistes ou à des détaillants hors Groupe.

(b) Les acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles sont constituées des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués.

(c) Les marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(d) 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. Au 31 décembre 2011, ils incluent la participation de 22,4% dans Hermès International soit 5 438 millions d'euros, voir Note 8 (3 345 millions d'euros au 31 décembre 2010, et 487 millions d'euros au 31 décembre 2009, dont 419 en « Autres actifs non courants » et 68 en « Investissements financiers »).

(e) Les passifs non affectés incluent les dettes financières et la dette d'impôt courant et différé.

22.2. Informations par zone géographique

La répartition des ventes par zone géographique de destination est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
France	2 866	2 725	2 478
Europe (hors France)	4 797	4 236	3 664
États-Unis	5 237	4 611	3 840
Japon	1 970	1 784	1 683
Asie (hors Japon)	6 430	4 991	3 850
Autres pays	2 359	1 973	1 538
Ventes	23 659	20 320	17 053

La répartition des acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles par zone géographique se présente ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
France	701	389	319
Europe (hors France)	655	230	130
États-Unis	161	134	106
Japon	55	31	18
Asie (hors Japon)	224	152	149
Autres pays	74	48	52
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles	1 870	984	774

Il n'est pas présenté de répartition des actifs sectoriels par zone géographique dans la mesure où une part significative de ces actifs est constituée de marques et écarts d'acquisition, qui doivent être analysés sur la base du chiffre d'affaires que ceux-ci réalisent par région, et non en fonction de la région de leur détention juridique.

Les acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles sont constituées des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués pendant cette période.

22.3. Informations trimestrielles

La répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	762	2 029	803	261	1 421	74	(103)	5 247
Deuxième trimestre	673	1 942	715	315	1 410	83	(93)	5 045
Troisième trimestre	871	2 218	793	636	1 547	74	(128)	6 011
Quatrième trimestre	1 218	2 523	884	737	2 058	83	(147)	7 356
Total 2011	3 524	8 712	3 195	1 949	6 436	314	(471)	23 659
Premier trimestre	635	1 729	736	204	1 181	78	(91)	4 472
Deuxième trimestre	667	1 787	705	239	1 238	73	(82)	4 627
Troisième trimestre	846	1 948	805	244	1 294	68	(94)	5 111
Quatrième trimestre	1 113	2 117	830	298	1 665	190	(103)	6 110
Total 2010	3 261	7 581	3 076	985	5 378	409	(370)	20 320
Premier trimestre	540	1 598	663	154	1 085	62	(84)	4 018
Deuxième trimestre	539	1 390	622	192	1 042	68	(60)	3 793
Troisième trimestre	682	1 549	686	187	1 040	68	(77)	4 135
Quatrième trimestre	979	1 765	770	231	1 366	80	(84)	5 107
Total 2009	2 740	6 302	2 741	764	4 533	278	(305)	17 053

23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

23.1. Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Ventes réalisées par les marques et enseignes	23 274	19 957	16 737
Royalties et revenus de licences	133	119	89
Revenus des immeubles locatifs	34	31	30
Autres revenus	218	213	197
Total	23 659	20 320	17 053

23.2. Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Frais de publicité et de promotion	2 711	2 267	1 809
Loyers commerciaux	1 563	1 335	1 139
Charges de personnel	4 074	3 589	3 175
Dépenses de recherche et développement	63	46	45

Les frais de publicité et de promotion sont principalement constitués des coûts des campagnes média et des frais de publicité sur les lieux de vente ; ils intègrent également les frais de personnel dédié à cette fonction.

Au 31 décembre 2011, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes

Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 3 040 (2 545 en 2010, 2 423 en 2009).

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Loyers fixes ou minima	675	561	487
Part variable des loyers indexés	348	292	262
Concessions aéroportuaires - part fixe ou minima	223	279	244
Concessions aéroportuaires - part variable	317	203	146
Loyers commerciaux	1 563	1 335	1 139

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Salaires et charges sociales	3 954	3 473	3 059
Retraites, frais médicaux et autres avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	67	66	63
Charges liées aux plans d'options et assimilés	53	50	53
Charges de personnel	4 074	3 589	3 175

24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Résultat de cessions	(4)	(36)	1
Réorganisations	(40)	(32)	(98)
Réévaluation de titres acquis antérieurement à leur première consolidation	22	-	-
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(17)	-	-
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(73)	(87)	(88)
Autres, nets	3	3	(6)
Autres produits et charges opérationnels	(109)	(152)	(191)

En 2011, les titres de Bulgari et de Ile de Beauté acquis antérieurement à la date de prise de contrôle ont été réévalués à leur valeur à cette date. Les frais d'acquisition sont essentiellement liés à ces deux opérations.

En 2010, le résultat des cessions était principalement lié aux cessions de La Brosse et Dupont et de Montaudon. Voir Note 2 Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées.

En 2009, les réorganisations correspondaient à diverses restructurations industrielles et commerciales, principalement dans les groupes d'activités Mode et Maroquinerie ainsi que Montres et Joaillerie.

25. RÉSULTAT FINANCIER

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Coût de la dette financière brute	(189)	(168)	(208)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	41	18	20
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(3)	(1)	1
Coût de la dette financière nette	(151)	(151)	(187)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	54	14	11
Part inefficace des dérivés de change	(105)	(96)	(46)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	(11)	865	(94)
Autres, nets	(29)	(20)	(26)
Autres produits et charges financiers	(91)	763	(155)
Résultat financier	(242)	612	(342)

Les produits de la trésorerie et des placements financiers comprennent les éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Revenus de la trésorerie et équivalents	33	12	11
Revenus des placements financiers	8	6	9
Produits de la trésorerie et des placements financiers	41	18	20

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux proviennent des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Dette financière couverte	(65)	(17)	(20)
Dérivés de couverture	63	15	20
Dérivés non affectés	(1)	1	1
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(3)	(1)	1

La part inefficace des dérivés de change s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Coût financier des couvertures de change commerciales	(145)	(124)	(55)
Coût financier des couvertures d'actifs nets en devises	34	1	13
Variation de valeur de marché des dérivés non affectés	6	27	(4)
Part inefficace des dérivés de change	(105)	(96)	(46)

L'augmentation des dividendes reçus en 2011 découle de l'augmentation de la participation dans Hermès en 2010 (Voir Note 8).

En 2010, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers incluait un montant de 1 004 millions d'euros relatif aux opérations Hermès équivalant au gain, net de frais, enregistré lors du dénouement de contrats d'*equity linked swaps* ; ce gain correspond à la

différence entre la valeur de marché des titres lors du dénouement de ces contrats, et leur valeur sur la base du cours de bourse du 31 décembre 2009.

En 2011 hors opérations Hermès, ainsi qu'en 2010 et 2009, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers provient de l'évolution des marchés ainsi que des charges de dépréciations d'investissements et placements financiers.

26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

26.1. Analyse de la charge d'impôt

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Impôt courant de l'exercice	(1 671)	(1 501)	(785)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	2	(5)	4
Impôt courant	(1 669)	(1 506)	(781)
Variation des impôts différés	158	35	(68)
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	58	2	-
Impôts différés	216	37	(68)
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(1 453)	(1 469)	(849)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	(59)	(3)	(30)

Le taux d'imposition effectif s'établit comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Résultat avant impôt	4 912	4 781	2 819
Charge totale d'impôt	(1 453)	(1 469)	(849)
Taux d'imposition effectif	29,6%	30,7%	30,1%

La charge totale d'impôt pour l'exercice inclut, à hauteur de 11 millions d'euros, les effets de la contribution exceptionnelle applicable en France en 2011 et 2012.

26.2. Ventilation des impôts différés nets au bilan

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Impôts différés actifs	716	668	521
Impôts différés passifs	(3 925)	(3 354)	(3 117)
Impôts différés nets au bilan	(3 209)	(2 686)	(2 596)

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 :

<i>(en pourcentage du résultat avant impôt)</i>	2011	2010	2009
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,4
Changements de taux d'impôt	(1,2)	(0,1)	-
Différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(5,7)	(5,4)	(6,4)
Résultats et reports déficitaires	(0,6)	(0,1)	(0,4)
Différences entre les résultats consolidés et imposables, et résultats imposables à un taux réduit	2,4	1,5	2,0
Retenues à la source	0,3	0,4	0,5
Taux d'imposition effectif du Groupe	29,6	30,7	30,1

Depuis 2000, les sociétés françaises sont soumises à un supplément d'impôt dont le taux était de 3,3 % pour 2009, 2010 et 2011 portant ainsi le taux d'imposition théorique à 34,4 % pour chaque exercice.

26.4. Sources d'impôts différés

Au compte de résultat

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Évaluation des marques	42	(65)	(9)
Autres écarts de réévaluation	(4)	4	(11)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(5)	3	(5)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	16	8	(4)
Provisions pour risques et charges ^(a)	10	24	10
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	102	39	(20)
Autres retraitements de consolidation ^(a)	78	34	5
Reports déficitaires	(23)	(10)	(34)
Total	216	37	(68)

En capitaux propres

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(11)	(71)	18
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(91)	(22)	-
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	21	14	(2)
Total	(81)	(79)	16

Au bilan

<i>(en millions d'euros)</i>	2011 ^(b)	2010 ^(b)	2009 ^(b)
Évaluation des marques	(3 203)	(2 532)	(2 385)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(579)	(568)	(496)
Autres écarts de réévaluation	(373)	(370)	(330)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(145)	(48)	(21)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	31	(1)	(22)
Provisions pour risques et charges ^(a)	205	182	153
Marge intra-groupe comprise dans les stocks	416	312	268
Autres retraitements de consolidation ^(a)	388	295	187
Reports déficitaires	51	44	50
Total	(3 209)	(2 686)	(2 596)

(a) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

(b) Actif/(Passif).

26.5. Reports déficitaires

Au 31 décembre 2011, les reports déficitaires et crédits d'impôt non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs représentent une économie potentielle d'impôt de 301 millions d'euros (290 millions en 2010, 321 millions d'euros en 2009).

26.6. Consolidations fiscales

- Le régime français d'intégration fiscale permet à la quasi-totalité des 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.
- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur, notamment aux États-Unis et en Italie, ont généré une diminution de la charge d'impôt courant de 52 millions d'euros en 2011 (82 millions d'euros en 2010, 96 millions d'euros en 2009).

Ce régime a généré une diminution de la charge d'impôt courant de 136 millions d'euros en 2011 (107 millions en 2010, 104 millions d'euros en 2009).

27. RÉSULTAT PAR ACTION

	2011	2010	2009
Résultat net, part du Groupe <i>(en millions d'euros)</i>	3 065	3 032	1 755
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	498 874 042	490 124 174	490 076 711
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(10 104 756)	(13 253 254)	(16 479 636)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	488 769 286	476 870 920	473 597 075
Résultat par action <i>(en euros)</i>	6,27	6,36	3,71
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	488 769 286	476 870 920	473 597 075
Effet de dilution des plans d'options	3 438 206	2 868 777	1 240 950
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets dilutifs	492 207 492	479 739 697	474 838 025
Résultat par action après dilution <i>(en euros)</i>	6,23	6,32	3,70

Au 31 décembre 2011, la totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution, l'ensemble des options d'achat et de souscription en vie à cette date étant considérées comme exerçables, en raison d'un cours de bourse de l'action LVMH supérieur au prix d'exercice de ces options.

Aucun événement de nature à modifier significativement le nombre d'actions en circulation ou le nombre d'actions potentielles, n'est intervenu entre le 31 décembre 2011 et la date d'arrêt des comptes.

28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

28.1. Charge de l'exercice

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Coût des services rendus	56	46	43
Effet de l'actualisation	33	31	30
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(24)	(19)	(16)
Amortissement des écarts actuariels	5	6	4
Coût des services passés	2	2	2
Modifications des régimes	(5)	-	-
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	67	66	63
Rendement/(coût) effectif des actifs financiers dédiés	(10)	24	46

28.2. Engagement net comptabilisé

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Droits couverts par des actifs financiers	815	685	573
Droits non couverts par des actifs financiers	149	140	142
Valeur actualisée des droits	964	825	715
Valeur de marché des actifs financiers	(569)	(488)	(420)
Écarts actuariels non comptabilisés au bilan	(122)	(78)	(58)
Coût des services passés non encore comptabilisés au bilan	(4)	(6)	(8)
Éléments non reconnus	(126)	(84)	(66)
Engagement net comptabilisé	269	253	229
Dont :			
Provisions à plus d'un an	283	261	240
Provisions à moins d'un an	11	9	8
Autres actifs	(25)	(17)	(19)
Total	269	253	229

28.3. Analyse de la variation de l'engagement net comptabilisé

<i>(en millions d'euros)</i>	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Éléments non reconnus	Engagement net comptabilisé
Au 31 décembre 2010	825	(488)	(84)	253
Charge de l'exercice	90	(24)	1	67
Prestations aux bénéficiaires	(45)	33	-	(12)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(61)	-	(61)
Contributions des employés	6	(6)	-	-
Variations de périmètre et reclassifications	63	(42)	-	21
Modifications des régimes	(5)	-	5	-
Écarts actuariels : effets d'expérience	9	34	(43)	-
Écarts actuariels : changements d'hypothèses	-	-	-	-
Effet des variations de taux de change	21	(15)	(5)	1
Au 31 décembre 2011	964	(569)	(126)	269

Les écarts actuariels liés aux effets d'expérience dégagés durant les exercices 2007 à 2010 se sont élevés à :

<i>(en millions d'euros)</i>	2007	2008	2009	2010
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur actualisée des droits	(1)	(2)	(16)	(14)
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur de marché des actifs financiers	-	96	(29)	(4)
Écarts actuariels liés aux effets d'expérience	(1)	94	(45)	(18)

Les hypothèses actuarielles retenues pour l'estimation des engagements au 31 décembre 2011 dans les principaux pays concernés sont les suivantes :

<i>(en pourcentage)</i>	2011				2010				2009			
	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon
Taux d'actualisation ^(a)	4,65	4,9	4,7	1,75	4,5	5,1	5,4	1,75	5,25	5,5	5,75	2,25
Taux de rendement moyen attendu des placements	4,0	7,75	5,0	4,0	4,0	7,75	6,0	4,0	4,0	7,75	5,75	4,0
Taux d'augmentation future des salaires	3,0	4,0	3,8	2,0	3,0	4,0	4,2	2,0	3,0	4,0	4,25	2,0

(a) Les taux d'actualisation ont été déterminés par référence aux taux de rendement des obligations privées notées AA à la date de clôture dans les pays concernés. Ont été retenues des obligations de maturités comparables à celles des engagements.

Le taux de rendement moyen attendu, sur la base duquel la charge de l'exercice 2011 a été déterminée, se décompose de la façon suivante par type de placement :

<i>(en pourcentage)</i>	2011
Actions	6,6
Obligations	
- émetteurs privés	4,5
- émetteurs publics	2,6
Immobilier, trésorerie et autres actifs	2,6

L'hypothèse d'augmentation du coût des frais médicaux aux États-Unis est de 7,6 % pour 2011, puis décroît progressivement à partir de 2012 pour atteindre 4,5 % à l'horizon 2030.

Une augmentation de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une réduction de 55 millions d'euros de la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2011 ; une réduction de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une augmentation de 53 millions d'euros.

28.4. Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Indemnités de départ en retraite et assimilées	149	127	114
Frais médicaux des retraités	45	46	54
Médailles du travail	12	11	11
Retraites complémentaires	741	617	517
Préretraites	2	3	4
Autres	15	21	15
Valeur actualisée des droits	964	825	715

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
France	309	308	276
Europe (hors France)	367	265	219
États-Unis	175	147	144
Japon	103	93	65
Asie (hors Japon)	10	12	11
Valeur actualisée des droits	964	825	715

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2011 sont les suivants :

- en France : il s'agit de l'engagement vis-à-vis des membres du Comité exécutif et de cadres dirigeants du Groupe, qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de leurs dernières rémunérations ; il s'agit en outre des indemnités de fin de carrière et médailles du travail, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement lors du départ en retraite ou après une certaine ancienneté ;
- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de retraite à prestations définies mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe, la participation des sociétés suisses au régime légal de retraite (« Loi pour la Prévoyance Professionnelle »), 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

Les valeurs de marché des actifs financiers dans lesquels les fonds versés sont investis se répartissent ainsi, par type de support :

<i>(en pourcentage)</i>	2011	2010	2009
Actions	39	45	42
Obligations			
- émetteurs privés	27	23	27
- émetteurs publics	15	18	19
Immobilier, trésorerie et autres actifs	19	14	12
Valeur de marché des actifs financiers dédiés	100	100	100

Ces actifs ne comportent pas de biens immobiliers appartenant au Groupe, ou d'actions LVMH pour un montant important.

Le Groupe prévoit d'augmenter en 2012 les actifs financiers dédiés par des versements de 71 millions d'euros environ.

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

29.1. Engagements d'achat

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Raisins, vins et eaux-de-vie	1 019	1 139	1 336
Autres engagements d'achat de matières premières	84	67	68
Immobilisations industrielles ou commerciales	154	168	109
Titres de participation et investissements financiers	90	96	56

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achat 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.

Au 31 décembre 2011, l'échéance de ces engagements se décompose comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux de vie	540	414	65	1 019
Autres engagements d'achat de matières premières	81	3	-	84
Immobilisations industrielles ou commerciales	85	38	31	154
Titres de participation et investissements financiers	40	16	34	90

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 2011, les engagements futurs minima non résiliables résultant des contrats de location simple et de redevances de concessions s'analysent comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
À moins d'un an	1 094	885	846
De un à cinq ans	2 843	2 237	2 045
Au-delà de cinq ans	1 279	1 022	922
Engagements donnés au titre de locations simples et redevances de concessions	5 216	4 144	3 813
À moins d'un an	19	20	20
De un à cinq ans	30	42	32
Au-delà de cinq ans	1	5	6
Engagements reçus au titre de sous-locations	50	67	58

Locations financement

Au 31 décembre 2011, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location financement s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011		2010		2009	
	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	25	23	24	24	29	31
De un à cinq ans	78	56	77	55	71	50
Au-delà de cinq ans	354	73	354	69	336	63
Total des paiements minima futurs	457		455		436	
Part représentative d'intérêts financiers	(305)		(307)		(292)	
Valeur actuelle des paiements minima futurs	152	152	148	148	144	144

29.3. Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2011, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Avais et cautions	49	46	69
Autres garanties	142	78	66
Garanties données	191	124	135
Garanties reçues	28	25	33

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	10	27	12	49
Autres garanties	80	51	11	142
Garanties données	90	78	23	191
Garanties reçues	17	5	6	28

29.4. 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.

29.5. 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 SA, société cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris et contrôlée par la société Groupe Arnault SAS via sa filiale Financière Agache SA.

Relations de LVMH avec Christian Dior

Le groupe LVMH, via ses filiales Parfums Christian Dior et Montres Dior, met en œuvre des actions de communication concertées avec Christian Dior SA et ses filiales, en particulier Christian Dior Couture SA. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique dans les domaines du design des flacons de parfums ou des montres

Dior, ainsi qu'en matière de campagnes média. La fabrication des Montres Dior est assurée par une société détenue à parité par Christian Dior et LVMH.

LVMH distribue les produits de Christian Dior dans le cadre de son activité Distribution sélective ou, concernant les Montres Dior, dans son réseau de distribution de l'activité Montres et Joaillerie. 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 de Christian Dior situées hors de France.

L'ensemble des opérations entre LVMH et Christian Dior, qui sont réalisées à prix de marché, peuvent être résumées comme suit, en valeur :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Achats de LVMH à Christian Dior	(22)	(13)	(16)
Montant dû au 31 décembre	(17)	(12)	(12)
Ventes de LVMH à Christian Dior	11	7	9
Montant à recevoir au 31 décembre	2	1	4

Relations de LVMH avec Groupe Arnault et Financière Agache

Groupe Arnault SAS fournit à LVMH des prestations d'assistance dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier; en outre, Groupe Arnault donne en location à LVMH des locaux à usage de bureaux.

Groupe Arnault SAS et Financière Agache SA prennent en location auprès de LVMH des locaux à usage de bureaux et LVMH leur fournit également diverses prestations administratives.

Les transactions entre LVMH et Groupe Arnault ou Financière Agache peuvent être résumées comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(5)	(5)	(5)
Montant dû au 31 décembre	(2)	-	(2)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	2	2	2
Montant à recevoir au 31 décembre	-	-	-

30.2. Relations avec Diageo

Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS (ci-après « Moët Hennessy ») détiennent les participations Vins et Spiritueux du groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem, de Château Cheval Blanc et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy. Lors de la prise de participation, en 1994, a été établie une convention entre Diageo et LVMH

ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du groupe LVMH.

En application de cette convention, Moët Hennessy a supporté 19 % des frais communs en 2011 (20 % en 2010 et 2009), soit un montant de 20 millions d'euros en 2011 (9 millions d'euros en 2010, 17 millions d'euros en 2009).

30.3. Organes de Direction

La rémunération globale des membres du Comité exécutif et du Conseil d'administration, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010	2009
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	60	56	51
Avantages post emploi	11	10	10
Autres avantages à long terme	14	13	6
Indemnités de fin de contrat de travail	9	-	-
Coût des plans d'options et assimilés	26	24	22
Total	120	103	89

L'engagement comptabilisé au 31 décembre 2011 au titre des avantages post-emploi, net des actifs financiers dédiés, est de 19 millions d'euros (18 millions d'euros en 2010, 7 millions d'euros au 31 décembre 2009).

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2011 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 2 février 2012.

SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
VINS ET SPIRITUEUX			
MHCS SCS	Épernay, France	100%	66%
Champagne Des Moutiers SA	Épernay, France	100%	66%
Société Viticole de Reims SA	Épernay, France	100%	66%
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Épernay, France	100%	66%
Chamfipar SA	Épernay, France	100%	66%
STM Vignes SAS	Épernay, France	95%	63%
GIE MHIS	Épernay, France	100%	66%
Moët Hennessy Entreprise Adaptée	Épernay, France	100%	66%
Champagne Bernard Breuzon SAS	Colombe le Sec, France	100%	66%
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100%	66%
SARL Philippe Montaudon	Reims, France	100%	66%
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100%	66%
Moët Hennessy Italia Spa	Milan, Italie	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%
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100%	66%
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100%	66%
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100%	66%
Moët Hennessy Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100%	66%
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100%	66%
Moët Hennessy Polska SP Z.O.O.	Varsovie, Pologne	100%	66%
Moët Hennessy Czech Republic Sro	Prague, République Tchèque	100%	66%
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100%	66%
Moët Hennessy România Srl	Bucarest, Roumanie	100%	66%
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100%	66%
Moët Hennessy Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100%	66%
Moët Hennessy Nederland BV	Baarn, Pays-Bas	100%	66%
Moët Hennessy USA Inc	New York, USA	100%	66%
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ^(c)	100%	66%
Clicquot Inc	New York, USA ^(c)	100%	66%
Cheval des Andes SA	Buenos Aires, Argentine ^(a)	50%	33%
Domaine Chandon Inc	Yountville (Californie), USA	100%	66%
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100%	66%
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Margaret River, 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	90%	59%
Domaine Chandon (Ningxia)			
Moët Hennessy Co, Ltd	Yinchuan, Chine	100%	66%
Moët Hennessy Chandon (Ningxia) Vineyards Co, Ltd	Yinchuan, Chine	60%	40%
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	65%	65%
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64%	64%
Société Civile Cheval Blanc (SCCB)	Saint Emilion, France ^(a)	50%	50%
La Tour du Pin SAS	Saint Emilion, France ^(a)	50%	50%
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99%	65%
Distillerie de la Groie SARL	Cognac, France	100%	65%
SICA de Bagnolet	Cognac, France	100%	3%
Sodepa SARL	Cognac, France	100%	65%
Diageo Moët Hennessy BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(c)	100%	66%
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100%	66%
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande ^(b)	40%	26%
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100%	65%
Moët Hennessy Diageo Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ^(c)	100%	66%
Moët Hennessy Diageo Macau Ltd	Macao, Chine ^(c)	100%	66%
Riche Monde (China) Ltd	Hong Kong, Chine ^(c)	100%	66%
Moët Hennessy Diageo Singapore Pte Ltd	Singapour ^(c)	100%	66%
Moët Hennessy Diageo Malaysia SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie ^(c)	100%	66%
Diageo Moët Hennessy Thailand Ltd	Bangkok, Thaïlande ^(c)	100%	66%
MH Champagnes and Wines Korea Ltd	Seoul, Corée du Sud	66%	66%
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%
MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine ^(c)	100%	66%
MHWH Limited	Limassol, Chypre	100%	66%
Moët Hennessy Whitehall Russia SA	Moscou, Russie	100%	66%
Moët Hennessy Vietnam Importation Co Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	100%	65%
Moët Hennessy Vietnam Distribution Co Pte Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	51%	33%
Moët Hennessy Rus LLC	Moscou, Russie	100%	66%
Moët Hennessy Diageo KK	Tokyo, Japon ^(c)	100%	66%
Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	Singapour	100%	65%
Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100%	65%

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Millennium Import LLC	Minneapolis, Minnesota, USA	100%	66%
Polmos Zyrardow LLC	Zyrardow, Pologne	100%	66%
The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100%	66%
Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100%	66%
The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100%	66%
Wenjun Spirits Company Ltd	Chengdu, Chine	55%	36%
Wenjun Spirits Sales Company Ltd	Chengdu, Chine	55%	36%
MODE ET MAROQUINERIE			
Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100%	100%
Manufacture de Souliers Louis Vuitton Srl	Fiesse d'Artico, Italie	100%	100%
Louis Vuitton South Europe Srl	Milan, Italie	100%	100%
Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC	Saint Barthélémy, Antilles Françaises	100%	100%
Louis Vuitton Cantacilik Ticaret AS	Istanbul, Turquie	100%	100%
Louis Vuitton Editeur SAS	Paris, France	100%	100%
Louis Vuitton International SNC	Paris, France	100%	100%
Louis Vuitton India Holding Private Ltd	Bangalore, Inde	100%	100%
Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100%	100%
Les Tanneries de la Comète SA	Estaimpures, Belgique	60%	60%
Manufacture des accessoires			
Louis Vuitton Srl	Milan, Italie	100%	100%
Louis Vuitton Bahrain W.L.L	Manama, Bahrein	^(d)	^(d)
Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100%	100%
Louis Vuitton Qatar LLC	Doha, Qatar	^(d)	^(d)
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%
Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100%	100%
Les Ateliers Joaillers Louis Vuitton SAS	Paris, France	100%	100%
La Fabrique du Temps SA	Vernier, Suisse	100%	100%
La Minute & ses Complications SA	Le Sentier, Suisse	100%	100%
LVMH W&J Services (Suisse) SA	La Chaux-de-fonds, Suisse	100%	100%
Operadora Louis Vuitton Mexico SRLCV	Mexico, Mexique	100%	100%
Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100%	100%
ELV SNC	Paris, France	100%	100%
Louis Vuitton Services Europe Sprl	Bruxelles, Belgique	100%	100%
Louis Vuitton UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Louis Vuitton Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100%	100%
Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100%	100%
Louis Vuitton Ukraine LLC	Kiev, Ukraine	100%	100%
Catalana Talleres Artesanos			
Louis Vuitton SA	Barcelone, Espagne	100%	100%
Atepeli – Ateliers de Ponte de Lima SA	Ponte de Lima, Portugal	100%	100%
Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100%	100%
Louis Vuitton Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100%	100%
Louis Vuitton Luxembourg SARL	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100%	100%
Louis Vuitton Cyprus Limited	Nicosie, Chypre	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%
Louis Vuitton Suisse SA	Genève, Suisse	100%	100%
Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100%	100%
Louis Vuitton Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100%	100%
LV US Manufacturing, Inc	New York, USA	100%	100%
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100%	100%
Louis Vuitton Hawaii Inc	Honolulu (Hawaii), USA	100%	100%
Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100%	40%
Louis Vuitton Guam Inc	Guam	100%	100%
Louis Vuitton Saipan Inc	Saipan, Iles Mariannes	100%	100%
Louis Vuitton Norge AS	Oslo, Norvège	100%	100%
San Dimas Luggage Company	New York, USA	100%	100%
Louis Vuitton Liban retail SAL	Beyrouth, Liban	100%	100%
Louis Vuitton Liban Holding SAL	Beyrouth, Liban	100%	100%
Louis Vuitton Vietnam Company Ltd	Hanoi, Vietnam	100%	100%
Louis Vuitton Suomy Oy	Helsinki, Finlande	100%	100%
Louis Vuitton România Srl	Bucarest, Roumanie	100%	100%
LVMH FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100%	100%
Louis Vuitton Panama Inc	Panama City, Panama	100%	100%
Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100%	100%
Louis Vuitton Uruguay S.A.	Montevideo, Uruguay	100%	100%
Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100%	100%
Louis Vuitton (Aruba) N.V	Oranjestad, Aruba	100%	100%
Louis Vuitton Republica Dominica Srl	Saint Domingue, République Dominicaine	100%	100%

Sociétés	Siège social	Pourcentage		Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt			Contrôle	Intérêt
LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%	Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Louis Vuitton Trading Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%	Celine Commercial & Trading			
Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%	(Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
Louis Vuitton (Philippines) Inc	Makati, Philippines	100%	100%	Celine Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	100%
LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100%	100%	Celine Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100%	99%
LV IOS Private Ltd	Singapour	100%	100%	CPC International Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Heng Long International Holding Pte Ltd	Singapour	51%	51%	CPC Macau Ltd	Macao, Chine	100%	100%
Heng Long International Ltd	Singapour	100%	51%	LVMH FG Services UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Heng Long Leather Co (Pte) Ltd	Singapour	100%	51%	Kenzo SA	Paris, France	100%	100%
Heng Long Leather (Guangzhou) Co Ltd	Guangzhou, Chine	100%	51%	Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100%	100%
PT Louis Vuitton Indonesia LLC	Jakarta, Indonésie	98%	98%	Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala-Lumpur, Malaisie	100%	100%	Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100%	100%
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100%	100%	Kenzo Accessories Srl	Lentate Sul Seveso, Italie	51%	51%
Louis Vuitton Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	98%	98%	Givenchy SA	Paris, France	100%	100%
Louis Vuitton Australia PTY Ltd	Sydney, Australie	100%	100%	Givenchy Corporation	New York, USA	100%	100%
Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%	Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Louis Vuitton Mongolia LLC	Oulan Bator, Mongolie	100%	100%	Givenchy Shanghai Commercial			
Louis Vuitton New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100%	100%	and Trading Co Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
Louis Vuitton Trading India Private Ltd	New Delhi, Inde	51%	51%	GCCL Macau Co Ltd	Macao, Chine	100%	100%
Louis Vuitton EAU LLC	Dubaï, Emirats Arabes Unis	(a)	(a)	Gabrielle Studio Inc	New York, USA	100%	100%
Louis Vuitton FZCO	Dubaï, Emirats Arabes Unis	65%	65%	Donna Karan International Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%
Louis Vuitton – Jordan PCLS	Amman, Jordanie	100%	100%	The Donna Karan Company LLC	New York, USA	100%	100%
Louis Vuitton Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	100%	Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100%	100%
LVMH Fashion Group Trading Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	100%	Donna Karan Company Store Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100%	100%
Louis Vuitton Hungaria Sart	Budapest, Hongrie	100%	100%	Donna Karan Studio LLC	New York, USA	100%	100%
Louis Vuitton Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100%	100%	The Donna Karan Company Store LLC	New York, USA	100%	100%
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100%	100%	Donna Karan Company Store			
LV Colombia SA	Santafe de Bogota, Colombie	100%	100%	UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100%	100%	Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Louis Vuitton South Africa Ltd	Johannesbourg, Afrique du Sud	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%
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	100%	100%	Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
LVMH Fashion (Shanghai) Trading Co., Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%	Donna Karan (Italy) Srl	Milan, Italie	100%	100%
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	99%	99%	Donna Karan (Italy) Production Services Srl	Milan, Italie	100%	100%
Louis Vuitton North America Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%	Fendi International BV	Baarn, Pays-Bas	100%	100%
Louis Vuitton Canada Inc	Toronto, Canada	100%	100%	Fun Fashion Bari Srl	Bari, Italie	100%	100%
Louis Vuitton (Barbados) Ltd	St Michael, Barbade	100%	100%	Fen Fashion Hellas SA	Athènes, Grèce	51%	51%
Marc Jacobs International LLC	New York, USA ⁽¹⁾	96%	96%	Fendi Prague S.r.o.	Prague, République Tchèque	100%	100%
Marc Jacobs International (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%	Luxury Kuwait for Ready			
Marc Jacobs Trademark LLC	New York, USA ⁽¹⁾	33%	33%	Wear Company WLL	Koweït City, Koweït	100%	100%
Marc Jacobs Japon KK	Tokyo, Japon	50%	48%	Fun Fashion Qatar LLC	Doha, Qatar	(a)	(a)
Marc Jacobs international Italia Srl	Milan, Italie	100%	96%	Fendi International SA	Paris, France	100%	100%
Marc Jacobs International France SAS	Paris, France	100%	96%	Fun Fashion Emirates LLC	Dubaï, Emirats Arabes Unis	(a)	(a)
Loewe SA	Madrid, Espagne	100%	100%	Fendi SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100%	100%	Fun Fashion Bahrain WLL	Manama, Bahreïn	(a)	(a)
Manufacturas Loewe SL	Madrid, Espagne	100%	100%	Fendi Srl	Rome, Italie	100%	100%
LVMH Fashion Group France SNC	Paris, France	100%	100%	Fendi Dis Ticaret LSi	Istanbul, Turquie	100%	100%
Loewe Hermanos UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%	Fendi Adele Srl	Rome, Italie	100%	100%
Loewe Saipan Inc	Saipan, Iles Mariannes	100%	100%	Fendi Italia Srl	Rome, Italie	100%	100%
Loewe Guam Inc	Guam	100%	100%	Fendi UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Loewe Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%	Fendi France SAS	Paris, France	100%	100%
Loewe Commercial & Trading				Fendi North America Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%
(Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%	Fendi Guam Inc	Tumon, Guam	100%	100%
Loewe Fashion Pte Ltd	Singapour	100%	100%	Fendi (Thailand) Company Ltd	Bangkok, Thaïlande	100%	100%
Loewe Fashion (M) SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie	100%	100%	Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Loewe Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100%	98%	Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	100%
Loewe Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	100%	Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100%	100%
Loewe Macao Ltd	Macao, Chine	100%	100%	Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Berluti SA	Paris, France	100%	100%	Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Manufattura Ferrarese Srl	Ferrare, Italie	100%	100%	Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100%	100%
Berluti LLC	New York, USA	100%	100%	Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100%	100%
Berluti UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%	Fendi Switzerland SA	Genève, Suisse	100%	100%
Berluti Macau Company Ltd	Macao, Chine	100%	100%	Fun Fashion FZCO LLC	Dubaï, Emirats Arabes Unis	60%	60%
Berluti (Shanghai) Company Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%	Fendi Marianas Inc	Tumon, Guam	100%	100%
Berluti Hong Kong Company Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%	Fun Fashion Kuwait Co. W.L.L.	Koweït City, Koweït	(a)	(a)
Rossimoda Spa	Vigonza, Italie	100%	100%	Fendi Macau Company Ltd	Macao, Chine	100%	100%
Rossimoda USA Ltd	New York, USA	100%	100%	Fendi Germany GmbH	Stuttgart, Allemagne	100%	100%
Rossimoda France SARL	Paris, France	100%	100%	Fun Fashion Napoli Srl	Rome, Italie	51%	51%
Brenta Suole Srl	Vigonza, Italie	65%	65%	Fendi (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100%	100%	Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	(a)	(a)
Montaigne KK	Tokyo, Japon	100%	99%	Interservices & Trading SA	Lugano, Suisse	100%	100%
Interlux Company Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%	Fendi Silk SA	Lugano, Suisse	51%	51%
Celine SA	Paris, France	100%	100%	Outshine Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100%	100%
Avenue M International SCA	Paris, France	100%	100%	Maxelle SA	Neuchâtel, Suisse	100%	51%
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100%	100%	Taramax USA Inc	New Jersey, USA	100%	51%
Celine Montaigne SA	Paris, France	100%	100%	Primetime Inc	New Jersey, USA	100%	51%
Celine Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100%	100%	Taramax SA	Neuchâtel, Suisse	51%	51%
Celine Production Srl	Florence, Italie	100%	100%	Taramax Japan KK	Tokyo, Japon	100%	51%
Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100%	100%	Support Retail Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100%	100%
Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%	Emilio Pucci Srl	Florence, Italie	100%	100%
Celine Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%	Emilio Pucci International BV	Baarn, Pays-Bas	67%	67%

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Emilio Pucci, Ltd	New York, USA	100%	100%
Emilio Pucci Hong Kong Co Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Emilio Pucci (Shanghai) Commercial Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
Emilio Pucci UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	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 ⁽¹⁾	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%
Thomas Pink Canada Inc	Toronto, Canada	100%	100%
Edun Apparel Ltd	Dublin, Irlande ^(b)	49%	49%
Edun Americas Inc.	Wilmington, USA ^(b)	49%	49%
Nowness LLC	New York, USA ⁽¹⁾	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%
LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100%	100%
Parfums Christian Dior Orient Co	Dubaï, Emirats Arabes Unis	60%	60%
Parfums Christian Dior Emirates EPCD SP ZOO	Dubaï, Emirats Arabes Unis	51%	31%
LVMH Cosmetics KK	Varsovie, Pologne ^(b)	20%	20%
Parfums Christian Dior (UK) Ltd	Tokyo, Japon	100%	100%
Parfums Christian Dior BV	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100%	100%
Parfums Christian Dior S.A.B.	Rotterdam, Pays-Bas	100%	100%
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Bruxelles, Belgique	100%	100%
Parfums Christian Dior Hellas S.A.	Dublin, Irlande	100%	100%
Parfums Christian Dior A.G.	Athènes, Grèce	100%	100%
Christian Dior Perfumes LLC	Zurich, Suisse	100%	100%
Parfums Christian Dior Canada Inc	New York, USA	100%	100%
LVMH P&C de Mexico SA de CV	Montréal, Canada	100%	100%
Parfums Christian Dior Japon K.K.	Mexico, Mexique	100%	100%
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Tokyo, Japon	100%	100%
Inalux SA	Singapour	100%	100%
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Parfums Christian Dior China	Hong Kong, Chine	100%	100%
LVMH P&C Korea Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	100%
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc	Hong Kong, Chine	100%	100%
Fa Hua Hong Kong Co Ltd	Kuala-Lumpur, Malaisie	100%	100%
Pardior SA de CV	Hong Kong, Chine	100%	100%
Parfums Christian Dior A/S Ltd	Mexico, Mexique	100%	100%
LVMH Perfumes & Cosmetics Group Pty Ltd	Copenhague, Danemark	100%	100%
Parfums Christian Dior AS Ltd	Sydney, Australie	100%	100%
Parfums Christian Dior AB	Hoevik, Norvège	100%	100%
Parfums Christian Dior (New Zealand) Ltd	Stockholm, Suède	100%	100%
Parfums Christian Dior GmbH Austria	Auckland, Nouvelle Zélande	100%	100%
Cosmetic of France Inc	Vienne, Autriche	100%	100%
LVMH Recherche GIE	Miami (Floride), USA	100%	100%
Parfums et Cosmétiques Information Services - PCIS GIE	Saint-Jean-de-Braye, France	100%	100%
Perfumes Loewe SA	Levallois Perret, France	100%	100%
Acqua Di Parma Srl	Madrid, Espagne	100%	100%
Acqua Di Parma LLC	Milan, Italie	100%	100%
Guerlain SA	New York, USA	100%	100%
LVMH Parfums & Kosmetik Deutschland GmbH	Paris, France	100%	100%
Guerlain GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100%	100%
Guerlain SA (Belgique)	Vienne, Autriche	100%	100%
Guerlain Ltd	Fleurus, Belgique	100%	100%
LVMH Perfumes e Cosmetics Lda	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
PC Parfums Cosmétiques SA	Lisbonne, Portugal	100%	100%
Guerlain Inc	Zurich, Suisse	100%	100%
Guerlain Canada Ltd	New York, USA	100%	100%
Guerlain De Mexico SA	Montréal, Canada	100%	100%
Guerlain Asia Pacific Ltd	Mexico, Mexique	100%	100%
Guerlain KK	Hong Kong, Chine	100%	100%
Guerlain Saudi	Tokyo, Japon	100%	100%
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Paris, France	100%	100%
	Melbourne, Australie	100%	100%

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Montecristo Elysées SAS	Paris, France	100%	100%
Make Up For Ever SA	Paris, France	100%	100%
SCI Edison	Paris, France	100%	100%
Make Up For Ever LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%
Make Up For Ever Canada Ltd	Montréal, Canada	100%	100%
LVMH Fragrance Brands SA	Levallois Perret, France	100%	100%
LVMH Fragrance Brands Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
LVMH Fragrance Brands GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100%	100%
LVMH Fragrance Brands LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%
LVMH Fragrance Brands Ltd	Toronto, Canada	100%	100%
LVMH Fragrance Brands KK	Tokyo, Japon	100%	100%
LVMH Fragrance Brands WHD Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100%	100%
LVMH P&K GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100%	100%
LVMH Fragrance Brands			
Singapore Pte Ltd	Singapour	100%	100%
BeneFit Cosmetics LLC	San Francisco (Californie), USA	80%	80%
BeneFit Cosmetics Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100%	80%
BeneFit Cosmetics UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	80%
BeneFit Cosmetics Services Canada Inc	Vancouver, Canada	100%	80%
BeneFit Cosmetics Korea	Séoul, Corée du Sud	100%	80%
BeneFit Cosmetics SAS	Boulogne Billancourt, France	100%	80%
BeneFit Cosmetics Hong Kong Limited	Hong Kong, Chine	100%	80%
Fresh Inc	Boston (Massachusetts), USA	80%	80%
Fresh Cosmetics Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	80%
Fresh Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	80%

MONTRES ET JOAILLERIE

TAG Heuer International SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
LVMH Swiss Manufactures 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			
Central Europe GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry UK 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	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Singapore Pte Ltd	Singapour	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Malaysia Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Capital Pte Ltd	Singapour	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Japan K.K.	Tokyo, Japon	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd	New Delhi, Inde	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry (Shanghai)			
Commercial Co Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
LVMH Watch & Jewelry Russia SARL	Moscou, Russie	100%	100%
ArteCard SA	Tramelan, Suisse	100%	100%
Alpha Time Corp. Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Dream Tech (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
Dream Tech Intl Trading Co. Ltd	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 Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	100%	100%
Chaumet Middle East FZCO	Dubaï, Emirats Arabes Unis	60%	60%
Chaumet UAE	Dubaï, Emirats Arabes Unis	100%	60%
Farouk Trading	Riyad, Arabie Saoudite	100%	60%
LVMH Watch & Jewelry Italy Spa	Milan, Italie	100%	100%
Delano 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 ⁽¹⁾	100%	100%
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Dior Montres SARL	Paris, France ^(a)	50%	50%
Les Ateliers Horlogers Dior SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse ^(a)	50%	50%
Hublot SA	Nyon, Suisse	100%	100%
Bentim International SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Hublot SA Genève	Genève, Suisse	100%	100%
MDM Conseil et Gestion SA	Nyon, Suisse	100%	100%
Hublot of America, Inc	Ft Lauderdale, USA	100%	100%
Hublot Japan KK Ltd	Tokyo, Japon	100%	100%
Profusion SARL	Gland, Suisse	100%	100%
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	50%	50%
Bulgari SpA	Rome, Italie	100%	100%
Bulgari Italia SpA	Rome, Italie	100%	100%
Bulgari International Corporation (BIC) NV	Amsterdam, Pays-Bas	100%	100%
Bulgari Corporation of America Inc.	New York, USA	100%	100%
Bulgari SA	Genève, Suisse	100%	100%
Bulgari Horlogerie SA	Neuchâtel, Suisse	100%	100%

Sociétés	Siège social	Pourcentage		Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt			Contrôle	Intérêt
Bulgari France SAS	Paris, France	100%	100%	TRS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ^(b)	45%	28%
Bulgari Montecarlo S.A.M.	Monte Carlo, Monaco	100%	100%	DFS France SAS	Paris, France	100%	61%
Bulgari (Deutschland) GmbH	Munich, Allemagne	100%	100%	DFS Okinawa K.K.	Okinawa, Japon	100%	61%
Bulgari Espana S.A. Unipersonal	Madrid, Espagne	100%	100%	TRS Okinawa	Okinawa, Japon ^(b)	45%	28%
Bulgari Parfums SA	Neuchâtel, Suisse	100%	100%	JAL/DFS Co., Ltd	Chiba, Japon ^(b)	40%	24%
Bulgari South Asian Operations Pte Ltd.	Singapour, Singapour	100%	100%	DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	61%
Bulgari (UK) Ltd.	Londres, Royaume-Uni	100%	100%	DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100%	61%
Bulgari Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100%	100%	DFS Cotai Limitada	Macao, Chine	100%	61%
Bulgari Australia Pty. Ltd.	Sydney, Australie	100%	100%	DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100%	61%
Bulgari (Malaysia) Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100%	100%	Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100%	61%
Bulgari Global Operations SA	Neuchâtel, Suisse	100%	100%	DFS Merchandising Ltd	Delaware, USA	100%	61%
Bulgari Asia Pacific Ltd.	Hong Kong, Hong Kong	100%	100%	DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100%	61%
Bulgari (Taiwan) Ltd.	Taipei, Taiwan	100%	100%	DFS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100%	61%
Bulgari Korea Ltd.	Séoul, Corée du Sud	100%	100%	TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande ^(b)	45%	28%
Bulgari Collection Internationale SA	Neuchâtel, Suisse	100%	100%	Commonwealth Investment Company Inc	Saipan, Iles Mariannes	97%	59%
Bulgari Saint Barth SAS	St. Barth, France	100%	100%	DFS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes	100%	61%
Bulgari Gioielli SpA	Valenza (Alessandria), Italie	100%	100%	Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Iles Mariannes	100%	61%
Bulgari Accessori Srl	Florence, Italie	100%	100%	Saipan International Boutique Partners	Saipan, Iles Mariannes ^(b)	50%	31%
Bulgari Austria GmbH	Vienne, Autriche	100%	100%	DFS Palau Ltd	Koror, Palau	100%	61%
Bulgari Holdings (Thailand) Ltd.	Bangkok, Thaïlande	100%	100%	DFS Business consulting			
Bulgari (Thailand) Ltd.	Bangkok, Thaïlande	100%	100%	[Shanghai] Co. Ltd	Shanghai, Chine	100%	61%
Bulgari Commercial (Shanghai) Co. Ltd.	Shanghai, Chine	100%	100%	Hainan DFS Retail Company Limited	Hainan, Chine	100%	61%
Bulgari Japan Ltd.	Tokyo, Japon	100%	100%	DFS Galleria Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100%	61%
Bulgari Panama Inc.	Panama city, Panama	100%	100%	DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100%	61%
Bulgari Ireland Ltd.	Dublin, Irlande	100%	100%	Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100%	61%
Bulgari Qatar Lcc	Doha, Emirats Arabes Unis ^(a)			DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100%	61%
Bulgari Kuwait Wll	Koweït city, Koweït ^(a)			DFS Trading Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100%	61%
Bulgari Hotels & Resorts BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(a)	65%	65%	DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100%	61%
Bulgari Hotels and Resorts Milano Srl	Milan, Italie ^(a)	65%	65%	TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ^(b)	45%	28%
				Singapore International Boutique Partners	Singapour ^(b)	50%	31%
				DFS India Private Ltd	Mumbai, Inde	70%	43%
				DFS Vietnam (S) Pte Ltd	Singapour	70%	43%
				New Asia Wave International Pte Ltd	Singapour	70%	43%
				IPP Group Pte Ltd	Singapour	70%	43%
				L Development & Management Ltd	Hong Kong, Chine ^(b)	40%	25%
				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 ^(b)	50%	31%
				JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, USA	80%	49%
				DFS Guam L.P.	Tamuning, Guam	61%	61%
				Guam International Boutique Partners	Tamuning, Guam ^(b)	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 ^(b)	45%	28%
				TRS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes ^(b)	45%	28%
				TRS Guam LLC	Tumon, Guam ^(b)	45%	28%
				Turnon Entertainment LLC	Tamuning, Guam	100%	100%
				Comete Guam Inc	Tamuning, Guam	100%	100%
				Tumon Aquarium LLC	Tamuning, Guam	97%	97%
				Comete Saipan Inc	Saipan, Iles Mariannes	100%	100%
				Tumon Games LLC	Tamuning, Guam	100%	100%
				DFS Vietnam LLC	Ho Chin Minh City, Vietnam	100%	61%
				PT Sona Topas Tourism industry Tbk	Jakarta, Indonésie ^(b)	45%	28%
				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%
				Vacation Media Ltd	Kingston, Jamaïque	100%	100%
				STB Srl	Florence, Italie	100%	100%
				Parazul LLC	Delaware, USA	100%	100%
				Y.E.S. Your Extended Services LLC	Delaware, USA ^(a)	33%	33%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE				AUTRES ACTIVITÉS			
LVMH Iberia SL	Madrid, Espagne	100%	100%	Groupe Les Echos SA	Paris, France	100%	100%
LVMH Italia SpA	Milan, Italie	100%	100%	Les Echos Services SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora SA	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	Radio Classique SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%	Prélude & Fugue SAS	Paris, France ^(b)	49%	49%
Sephora Portugal Perfumaria Lda	Lisbonne, Portugal	100%	100%	DI Régie SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Pologne Spzoo	Varsovie, Pologne	100%	100%	SFPA SARL	Paris, France	100%	100%
Sephora Marinopoulos SA	Aïmos, Grèce ^(a)	50%	50%	La Fugue SAS	Paris, France	75%	75%
Sephora Marinopolos Romania SA	Bucarest, Roumanie ^(a)	100%	50%	Les Echos SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora S.R.O.	Prague, République Tchèque	100%	100%	Les Echos Formation SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Monaco SAM	Monaco	99%		Hera SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Cosmeticos España	Madrid, Espagne ^(a)	50%	50%	Les Echos Médias SNC	Paris, France	100%	100%
S+	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	Percier Publications SNC	Paris, France	100%	100%
Sephora Marinopoulos Bulgaria EOOD	Sofia, Bulgarie ^(a)	100%	50%	EUROSTAF - Europe Stratégie			
Sephora Marinopolos Cyprus Ltd	Nicosie, Chypre ^(a)	100%	50%	Analyse Financière SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Unitim Kozmetik AS	Istanbul, Turquie	100%	100%	Investir Publications SAS	Paris, France	100%	100%
Perfumes & Cosmetics Gran Via SL	Madrid, Espagne ^(a)	45%	45%	SID Développement SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Marinopolos D.O.O.	Zagreb, Croatie ^(a)	100%	50%	SID Presse SAS	Paris, France	100%	100%
Sephora Marinopolos Cosmetics D.O.O.	Belgrade, Serbie ^(a)	100%	50%				
Sephora Nederland BV	Amsterdam, Pays-Bas	100%	100%				
Sephora Danmark ApS	Copenhague, Danemark	100%	100%				
Sephora Moyen Orient SA	Fribourg, Suisse	60%	60%				
Sephora Middle East FZE	Dubaï, Emirats Arabes Unis	100%	60%				
Sephora Asia Pte Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%				
Sephora (Shanghai) Cosmetics Co. Ltd	Shanghai, Chine	81%	81%				
Sephora (Beijing) Cosmetics Co. Ltd	Beijing, Chine	81%	81%				
Sephora Singapore Pte Ltd	Singapour	100%	100%				
Sephora USA Inc	San Francisco (Californie), USA ^(a)	100%	100%				
Sephora Beauty Canada, Inc	San Francisco (Californie), USA	100%	100%				
Sephora Puerto Rico LLC	San Francisco (Californie), USA	100%	100%				
Sephora Mexico, SRLCV	Lomas de Chapultepec, Mexique	51%	51%				
Sephora Do Brasil Participacoes SA	Rio de Janeiro, Brésil	100%	100%				
Dotcom group Comercio de Presentes SA	Rio de Janeiro, Brésil	70%	70%				
Kendo Holdings Inc	San Francisco (Californie), USA	100%	100%				
Ole Henriksen of Denmark Inc.	Los Angeles, USA	100%	100%				
Galontia Holdings Limited	Nicosie, Chypre	65%	65%				
United Europe - Securities OJSC	Moscou, Russie	100%	65%				
Beauty in Motion Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	60%	60%				
Le Bon Marché SA	Paris, France	100%	100%				
SEGEP SNC	Paris, France	99%	99%				
Franck & Fils SA	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 ^(b)	45%	28%				
DFS Group Ltd	Delaware, USA	100%	61%				
DFS China Partners Ltd	Hong Kong, Chine	100%	61%				
DFS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100%	61%				

Sociétés	Siège social	Pourcentage		Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt			Contrôle	Intérêt
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	99%	99%	LVMH Hotel Management SAS	Boulogne Billancourt, France	100%	100%
Société Financière de la Samaritaine SA	Paris, France	99%	98%	Altair Holding LLC	New York, USA ^(*)	100%	100%
DMB Gestion SARL	Paris, France	100%	98%	Moët Hennessy Inc	New York, USA ^(*)	100%	66%
Mongoual SA	Paris, France ^(a)	40%	40%	One East 57th Street LLC	New York, USA ^(*)	100%	100%
RVL Holding BV	Kaag, Pays-Bas	91%	91%	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc	New York, USA ^(*)	100%	100%
Royal Van Lent Shipyard BV	Kaag, Pays-Bas	100%	91%	Moët Hennessy Acquisition Sub Inc	New York, USA ^(*)	100%	66%
Tower Holding BV	Kaag, Pays-Bas	100%	91%	Sofidiv Art Trading LLC	New York, USA ^(*)	100%	100%
Green Bell BV	Kaag, Pays-Bas	100%	91%	Sofidiv Inc	New York, USA ^(*)	100%	100%
Gebroeders Olie Beheer BV	Waddinxveen, Pays-Bas	100%	91%	598 Madison Leasing Corp	New York, USA ^(*)	100%	100%
Van der Loo Yachtinteriors BV	Waddinxveen, Pays-Bas	100%	91%	1896 Corp	New York, USA ^(*)	100%	100%
Red Bell BV	Kaag, Pays-Bas	100%	91%	LVMH Participations BV	Naarden, Pays-Bas	100%	100%
De Voogt Naval Architects BV	Haarlem, Pays-Bas ^(b)	50%	46%	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton BV	Naarden, Pays-Bas	100%	100%
Feadship Holland BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(b)	50%	46%	LVP Holding BV	Naarden, Pays-Bas	100%	100%
Feadship America Inc	Fort Lauderdale, USA ^(b)	50%	46%	LVMH Services BV	Baarn, Pays-Bas	100%	100%
OGMNL BV	Nieuw-Lekkerland, Pays-Bas ^(b)	50%	46%	LVMH Finance Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100%	100%
Probinvest SAS	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	Hannibal SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Ufipar SAS	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	L Real Estate SA	Luxembourg, Luxembourg ^(b)	49%	49%
L Capital Management SAS	Paris, France	100%	100%	Ufitug SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Sofidiv SAS	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	Delphilug SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
GIE LVMH Services	Boulogne Billancourt, France	100%	85%	Glacea SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
Moët Hennessy SNC	Boulogne Billancourt, France	66%	66%	Naxara SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%	Pronos SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	100%
UFIP (Ireland) PRU	Dublin, Irlande	100%	100%	Hanninvest SA	Bruxelles, Belgique	100%	100%
Moët Hennessy Investissements SA	Boulogne Billancourt, France	100%	66%	LVMH Publica SA	Bruxelles, Belgique	100%	100%
LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100%	100%	Sofidiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100%	100%
Moët Hennessy International SAS	Boulogne Billancourt, France	66%	66%	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK	Tokyo, Japon	100%	100%
Creare SA	Luxembourg, Luxembourg	100%	86%	Osaka Fudosan Company Ltd	Tokyo, Japon	100%	100%
Creare Pte Ltd	Singapour	100%	86%	LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100%	100%
Société Montaigne Jean Goujon SAS	Paris, France	100%	100%	LVMH Shanghai Management and Consultancy Co, Ltd	Shanghai, Chine	100%	100%
Delphine SAS	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	L Capital Asia Advisors PLC	Port Louis, Maurice	100%	100%
LVMH Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100%	100%	LVMH South & South East Asia Pte Ltd	Singapour	100%	100%
Primae SAS	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%	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	Paris, France	Société mère	
Eley Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100%	100%				
Ashbury Finance SA	Boulogne Billancourt, France	100%	100%				
Ivelford Business SA	Boulogne Billancourt, France	100%	100%				
Bratton Service SA	Boulogne Billancourt, France	100%	100%				

(*) L'adresse mentionnée correspond au siège administratif des sociétés, l'immatriculation du siège social étant dans l'état du Delaware.

(a) Société consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

(b) Société intégrée par mise en équivalence.

(c) Société constituée en joint venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy.

(d) Les pourcentages de détention du capital par le Groupe ne sont pas mentionnés dans la mesure où les résultats de ces sociétés sont consolidés à hauteur de la part contractuelle du Groupe dans leurs opérations.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Aux 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 2011, sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- la vérification spécifique prévue par la loi.

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 d'exercice professionnel 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 vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes consolidés. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

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 :

- Les marques, enseignes et écarts d'acquisition font l'objet de tests de perte de valeur réalisés selon la méthode décrite dans la Note 1.12 de la section 1 « Principes comptables » de l'annexe. Dans ce cadre, nous avons apprécié le bien fondé de la méthodologie mise en œuvre basée sur un ensemble d'estimations et examiné les données et les hypothèses utilisées par le Groupe pour réaliser ces évaluations.
- Nous nous sommes assurés que la Note 1.10 aux états financiers donne une information appropriée sur le traitement comptable des engagements d'achats de titres de minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne.
- Le traitement comptable relatif à la prise de contrôle et au rachat des intérêts minoritaires de la société Bulgari est décrit dans la Note 2.1.2 aux états financiers. Dans ce cadre, nous avons apprécié le bien fondé du traitement retenu et nous sommes assurés du caractère approprié de l'information fournie.

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 d'exercice professionnel applicables en France, à la vérification spécifique prévue par la loi 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 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

Comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

COMPTE DE RÉSULTAT	180
BILAN	182
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	183
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	184
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE	202
FILIALES ET PARTICIPATIONS	203
RÉSULTATS DES CINQ DERNIERS EXERCICES	204
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS	205
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	207

COMPTE DE RÉSULTAT

Produits/(Charges) <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2011	2010 pro forma ^(a)
Produits financiers de filiales et participations		2 603,1	1 983,4
Titres en portefeuille : dépréciations et provisions résultats de cession		52,1	712,8
		-	-
Gestion des filiales et participations	3.1	2 655,2	2 696,2
Coût de la dette financière nette	3.2	(158,9)	(146,3)
Résultat de change	3.3	(87,7)	(227,9)
Autres produits et charges financiers	3.4	12,0	(24,9)
RÉSULTAT FINANCIER	3	2 420,6	2 297,1
Prestations de services et autres revenus	4	180,0	188,4
Frais de personnel	5	(122,5)	(62,5)
Autres charges de gestion	6	(217,7)	(210,0)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		(160,2)	(84,1)
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		2 260,4	2 213,0
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	7	-	-
Impôt sur les sociétés	8	65,1	104,9
RÉSULTAT NET		2 325,5	2 317,9

(a) La présentation du compte de résultat ayant été modifiée en 2011, le compte de résultat de 2010 a été retraité de façon à rendre sa présentation comparable à celle de 2011 ; le rapprochement entre les deux formats de présentation est décrit page suivante.

COMPTE DE RÉSULTAT 2010 : TABLEAU DE PASSAGE ENTRE L'ANCIEN ET LE NOUVEAU FORMAT DE PRÉSENTATION

	Ancien format			Nouveau format		
		Résultat financier	dont Gestion des filiales et participations	Résultat d'exploitation	Résultat exceptionnel	Impôt sur les sociétés
<i>(en millions d'euros)</i>						
Produits financiers de participations	1 983,4	1 983,4	1 983,4	-	-	-
Prestations de services, autres revenus	188,4	-	-	188,4	-	-
Produits financiers de participations et autres revenus	2 171,8	1 983,4	1 983,4	188,4	-	-
Reprises d'amortissements et provisions	37,5	-	-	37,5	-	-
Autres produits d'exploitation	-	-	-	-	-	-
Total des produits d'exploitation	2 209,3	1 983,4	1 983,4	225,9	-	-
Autres achats et charges externes	218,7	8,6	-	210,1	-	-
Impôts, taxes et versements assimilés	3,3	-	-	3,3	-	-
Rémunérations, charges sociales et assimilés	75,2	-	-	75,2	-	-
Dotations aux amortissements	0,2	-	-	0,2	-	-
Dotations aux provisions	20,3	-	-	20,3	-	-
Autres charges	0,9	-	-	0,9	-	-
Total des charges d'exploitation	318,6	8,6	-	310,0	-	-
Reprises de provisions et transferts de charges	158,5	158,5	-	-	-	-
Intérêts et produits assimilés	5,0	5,0	-	-	-	-
Différences positives de change	363,3	363,3	-	-	-	-
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement	7,8	7,8	-	-	-	-
Total des produits financiers	534,6	534,6	-	-	-	-
Dotations aux provisions	207,9	207,9	-	-	-	-
Intérêts et charges assimilées	283,5	283,5	-	-	-	-
Différences négatives de change	432,4	432,4	-	-	-	-
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement	1,3	1,3	-	-	-	-
Total des charges financières	925,1	925,1	-	-	-	-
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	1 500,2	1 584,3	1 983,4	(84,1)	-	-
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	-	-	-	-	-	-
Produits exceptionnels sur opérations en capital	-	-	-	-	-	-
Reprises de provisions et transferts de charges	936,2	936,2	936,2	-	-	-
Total des produits exceptionnels	936,2	936,2	936,2	-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	-	-	-	-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	-	-	-	-	-	-
Dotations aux amortissements et provisions	223,4	223,4	223,4	-	-	-
Total des charges exceptionnelles	223,4	223,4	223,4	-	-	-
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	712,8	712,8	712,8	-	-	-
(Produit)/Charge d'impôt sur les sociétés	(104,9)	-	-	-	-	(104,9)
RÉSULTAT NET	2 317,9	2 297,1	-	(84,1)	-	104,9

BILAN

ACTIF	Notes			2011	2010
<i>(en millions d'euros)</i>					
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Immobilisations incorporelles		-	-	-	-
Vignobles et autres terrains		38,6	-	38,6	34,8
Autres immobilisations corporelles		8,7	(1,2)	7,5	7,5
Immobilisations corporelles	9	47,3	(1,2)	46,1	42,3
Participations	10	18 499,9	(1 361,8)	17 138,1	12 722,8
Actions LVMH	11	353,4	-	353,4	459,9
Autres immobilisations financières		0,3	-	0,3	0,1
Immobilisations financières		18 853,6	(1 361,8)	17 491,8	13 182,8
ACTIF IMMOBILISÉ		18 900,9	(1 363,0)	17 537,9	13 225,1
Créances	12	489,8	(8,5)	481,3	393,9
Actions LVMH	11	128,1	-	128,1	134,7
Disponibilités		24,1	-	24,1	64,6
ACTIF CIRCULANT		642,0	(8,5)	633,5	593,2
Comptes de régularisation	13	147,3	-	147,3	169,6
TOTAL ACTIF		19 690,2	(1 371,5)	18 318,7	13 987,9

PASSIF	Notes			2011	2010
<i>(en millions d'euros)</i>					
				Avant affectation du résultat	Avant affectation du résultat
Capital social (dont versé : 152,3)	14.1			152,3	147,2
Primes d'émission, de fusion et d'apport	14.2			3 801,4	1 781,9
Réserves et écarts de réévaluation	15			583,0	582,5
Report à nouveau				3 907,9	2 595,8
Acompte sur dividendes				(398,6)	(335,2)
Résultat de l'exercice				2 325,5	2 317,9
Provisions réglementées				0,1	0,1
CAPITAUX PROPRES	14.2			10 371,6	7 090,2
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	16			906,5	790,9
Emprunts obligataires	17			4 021,9	3 544,2
Autres dettes financières	17			2 837,0	2 383,7
Autres dettes	18			181,7	178,6
AUTRES PASSIFS				7 040,6	6 106,5
Comptes de régularisation	19			-	0,3
TOTAL PASSIF				18 318,7	13 987,9

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
EXPLOITATION		
Résultat net	2 325,5	2 317,9
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	(146,4)	(880,7)
Variation des autres provisions	107,4	210,1
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	(0,8)	(33,9)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	2 285,7	1 613,4
Variation des comptes courants intra-Groupe	473,1	168,4
Variation des autres créances et dettes	1,9	(265,0)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	2 760,7	1 516,8
INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(3,9)	(1,1)
Acquisition de titres de participation	(2 231,0)	-
Cession de titres de participation et opérations assimilées	-	-
Souscription aux augmentations de capital de filiales	-	(197,3)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(2 234,9)	(198,4)
FINANCEMENT		
Augmentation de capital	94,0	120,0
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	2,1	155,7
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(1 069,2)	(953,5)
Émission ou souscription de dettes financières	1 246,7	119,8
Remboursement de dettes financières	(839,9)	(720,8)
(Acquisition)/Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(566,3)	(1 278,8)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	(40,5)	39,6
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	64,6	25,0
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	24,1	64,6

ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ
LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON

1.	ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE	185
2.	PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES	185
3.	RÉSULTAT FINANCIER	188
4.	PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS	189
5.	FRAIS DE PERSONNEL	189
6.	AUTRES CHARGES DE GESTION	190
7.	RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	190
8.	IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS	190
9.	IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES	191
10.	PARTICIPATIONS	191
11.	ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS	192
12.	CRÉANCES	194
13.	COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF	194
14.	CAPITAL ET PRIMES	195
15.	RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION	196
16.	VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS	197
17.	DETTE FINANCIÈRE BRUTE	197
18.	AUTRES DETTES	200
19.	COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF	200
20.	EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ	200
21.	AUTRES INFORMATIONS	201

1. ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

1.1. Activité de la Société

Hormis les activités de portefeuille liées à son statut de société holding, la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA (« LVMH », « la Société ») assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales,

et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance qui leur sont facturées, en particulier en matière juridique, financière, fiscale, ou dans le domaine des assurances.

1.2. Faits significatifs de l'exercice

Le 5 mars 2011, LVMH a conclu avec la Famille Bulgari un Protocole aux termes duquel celle-ci s'est engagée à lui apporter sa participation majoritaire dans le capital de la société Bulgari sur la base d'une valeur de l'action Bulgari fixée à 12,25 euros et d'une parité de 0,108 action LVMH pour une action Bulgari, valorisant implicitement l'action LVMH à 113 euros.

Le 30 juin 2011, en application de ce Protocole, le Conseil d'administration de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA a approuvé l'apport de 55 % (48 % après dilution) du capital de Bulgari et, en rémunération de celui-ci, a émis 18 millions d'actions nouvelles, représentant 3,5 % du capital ainsi augmenté.

À la date de prise de contrôle, le 30 juin 2011, la participation de LVMH dans Bulgari s'élevait à 69,6 % du capital (60,4 % après dilution), soit 210,6 millions d'actions, résultant d'une part des opérations précitées et, d'autre part, d'acquisitions

antérieures sur le marché : 44,2 millions d'actions acquises au cours du premier trimestre 2011.

La société Bulgari étant cotée à la Bourse de Milan (Italie), LVMH a lancé, conformément à la réglementation boursière applicable, subséquentement à l'apport, une offre publique d'achat (OPA) sur la totalité des actions Bulgari détenues par les actionnaires minoritaires, au prix de 12,25 euros par action. Au terme de l'OPA, le 28 septembre 2011, la participation du groupe LVMH dans Bulgari était de 98,09 %, autorisant LVMH à engager une procédure de retrait obligatoire (OPRO) des titres de Bulgari restant en circulation. Au 31 décembre 2011, la participation de LVMH est de 100 %.

Le tableau ci-dessous détaille les acquisitions de titres Bulgari au cours de l'exercice 2011 :

	Valeur totale <i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions <i>(en millions)</i>	Valeur par action <i>(en euros)</i>
Actions acquises dans le cadre de l'échange de titres avec la Famille Bulgari	2 038,2	166,4	
Actions acquises dans le cadre de l'OPA	1 337,5	109,2	
Actions acquises dans le cadre de l'OPRO	81,7	6,7	
Actions acquises sur le marché	571,3	46,7	
Actions reclassées au sein du groupe LVMH	240,0	19,6	
Actions Bulgari acquises en 2011^(a)	4 268,7	348,6	12,25

(a) Nombre d'actions avant réduction de capital de Bulgari par incorporation de réserves en novembre 2011

En application du Protocole, les actions acquises dans le cadre de l'OPA comprennent 36,8 millions d'actions résultant de la conversion anticipée d'un emprunt obligataire convertible émis en 2009 par Bulgari et 9,5 millions d'actions émises à la suite de l'exercice anticipé d'options de souscription consenties antérieurement à la prise de contrôle par LVMH au bénéfice de dirigeants et salariés de Bulgari.

2. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

2.1. Cadre général, changement de méthodes comptables

Le bilan et le compte de résultat de LVMH sont établis conformément aux dispositions légales françaises, en particulier le règlement 99-03 du Comité de la Réglementation Comptable, sous réserve de la présentation du compte de résultat, modifiée en 2011.

L'objet de cette modification est de permettre une meilleure compréhension de la formation du résultat, notamment par la prise en compte des deux activités distinctes de la société : l'activité patrimoniale, liée à la détention de participations, et l'activité de direction et coordination de l'ensemble des entités constituant le groupe LVMH, comme décrit en Note 1.1.

La nouvelle présentation du compte de résultat inclut trois soldes intermédiaires : le résultat financier, le résultat d'exploitation et le résultat exceptionnel ; résultat financier et résultat d'exploitation cumulés forment le résultat courant avant impôt.

Le résultat financier comprend le résultat de gestion des filiales et participations, le coût de la dette financière, qui est liée en substance à la détention de ces participations, ainsi que les autres éléments résultant de la gestion des filiales ou de la dette, en particulier les résultats de change ou sur instruments de couverture. Le résultat de gestion des filiales et participations comprend tous les éléments de gestion du portefeuille : dividendes, variation des dépréciations de titres, variation des provisions pour risques et charges liées au portefeuille, résultats de cession de titres.

Le résultat d'exploitation inclut les frais de gestion de la Société et les frais de direction et coordination opérationnelle du Groupe, frais de personnel ou autres frais de gestion, sous déduction du montant refacturé aux filiales concernées, soit par facturation de prestation d'assistance de gestion, soit par refacturation des frais qui ont été pris en charge pour compte.

Les résultats financier et d'exploitation incluent les éléments dont la nature relève de la gestion financière de la société, ou de l'exploitation administrative, quel que soit leur montant ou leur occurrence. Le résultat exceptionnel englobe ainsi les seules opérations qui, du fait de leur nature, ne peuvent être comprises dans les résultats financier ou d'exploitation.

2.2. 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).

2.3. 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 dépréciation est enregistrée, du montant de cette différence. S'agissant des participations, leur valeur d'inventaire est déterminée par référence à leur valeur d'utilité ou à leur valeur de cession. La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels de ces entités ; la valeur de cession est calculée à partir de ratios ou cours boursiers d'entreprises similaires, à partir d'évaluations faites par des experts indépendants dans une perspective de cession, ou par référence à des transactions récentes.

Les variations du montant des dépréciations du portefeuille de titres de participation sont classées en gestion des filiales et participations.

Les titres de participation en portefeuille au 31 décembre 1976 ont été réévalués en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.4. Créances

Les créances sont comptabilisées à leur valeur nominale. Lorsque leur valeur d'inventaire, basée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à cette dernière, une dépréciation est enregistrée du montant de la différence.

2.5. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement, y compris les produits monétaires de capitalisation, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais de transaction) ; lorsque leur valeur de marché est inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en résultat financier, du montant de cette différence.

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).

2.6. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH ; plans d'options et d'attribution d'actions gratuites

2.6.1. Actions LVMH

Les actions LVMH sont comptabilisées, à la date de livraison, à leur prix d'acquisition hors frais de transaction.

Les actions LVMH acquises dans le cadre des programmes de rachat ou dans le cadre du contrat de liquidité figurent en valeurs mobilières de placement. Les actions détenues dans la perspective d'une détention de longue durée, en vue d'une annulation ou d'un échange, sont comptabilisées en Immobilisations financières.

Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites sont affectées à ces plans.

Lors de la 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 d'achat, pour lesquels le calcul est effectué plan par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré.

2.6.2. Dépréciation des actions LVMH

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH classées en valeurs mobilières de placement, calculée comme défini au 2.5 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en résultat financier en Autres produits et charges financiers, du montant de cette différence.

En ce qui concerne les actions LVMH affectées aux plans d'options d'achat :

- s'il s'agit d'un plan non exerçable (valeur de marché de l'action LVMH inférieure au prix d'exercice de l'option), le calcul de la dépréciation, enregistrée en résultat d'exploitation en frais de personnel, est effectué par rapport au prix moyen d'ensemble des plans non exerçables concernés ;
- s'il s'agit d'un plan exerçable (valeur de marché de l'action LVMH supérieure au prix d'exercice de l'option), une provision pour charges est enregistrée et calculée comme décrit en 2.6.3 ci-dessous.

Les actions LVMH affectées aux plans d'attribution d'actions gratuites et les actions classées en Immobilisations financières ne font pas l'objet de dépréciation.

2.6.3. Charge relative aux plans d'options et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH

La charge relative aux plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH correspond :

- pour les plans d'options d'achat, à la différence entre la valeur en portefeuille des actions affectées à ces plans et le prix d'exercice correspondant s'il est inférieur ;
- pour les plans d'attribution d'actions gratuites, à la valeur en portefeuille des actions affectées à ces plans.

Les plans d'options de souscription d'actions ne donnent pas lieu à comptabilisation d'une charge.

La charge relative aux plans d'options et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH est répartie de manière linéaire sur la période d'acquisition des droits. Elle est comptabilisée au compte de résultat dans la rubrique frais de personnel, en contrepartie d'une provision pour charges au bilan.

2.6.4. 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 ») souscrites lors de la mise en place du plan, ou postérieurement à cette date jusqu'au terme de la période d'acquisition des droits par les bénéficiaires. Les primes payées au titre de ces options sont comptabilisées à l'actif du bilan en Autres créances. Ces primes donnent lieu le cas échéant à enregistrement d'une dépréciation en résultat financier, dans la rubrique Autres produits et charges financiers ; cette dépréciation est établie 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 »).

2.7. 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.

2.8. 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.

2.9. Instruments dérivés

Les pertes et gains provenant d'instruments dérivés sont comptabilisés en résultat financier, en Résultat de change s'il s'agit de dérivés de change, et en Autres produits et charges financiers s'il s'agit d'instruments de taux.

Les dérivés de change sont réévalués au cours du jour de clôture :

- lorsque ces dérivés sont qualifiés de couverture, les gains ou pertes non réalisés résultant de cette réévaluation sont :
 - enregistrés en résultat en compensation des pertes et gains non réalisés sur les actifs et passifs couverts par ces instruments ;
 - différés si ces instruments ont été affectés à des opérations futures.
- lorsque ces dérivés ne sont pas qualifiés de couverture :
 - les gains non réalisés résultant de leur réévaluation au cours de clôture sont différés, seuls les gains réalisés à l'échéance de l'instrument étant enregistrés en résultat ;
 - les pertes non réalisées donnent lieu à constitution d'une provision pour charge à due concurrence.

Les dérivés de taux qui sont qualifiés de couverture sont enregistrés *pro rata temporis* sur la durée des contrats, sans effets sur la valeur nominale de la dette financière dont le taux est couvert.

Les dérivés de taux qui ne sont pas qualifiés de couverture sont réévalués à leur valeur de marché à la date de clôture. Les gains non réalisés résultant de cette réévaluation sont différés ; les pertes non réalisées donnent lieu à constitution d'une provision pour charge à due concurrence.

2.10. 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.

3. RÉSULTAT FINANCIER

3.1. Gestion des filiales et participations

Le résultat provenant de la gestion des filiales et participations s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Dividendes perçus de sociétés françaises	2 333,3	1 754,0
Quote part de résultats de sociétés françaises « transparentes »	269,8	229,4
Produits financiers de filiales et participations	2 603,1	1 983,4
Variation des dépréciations	146,6	880,9
Variation des provisions pour risques et charges	(94,5)	(168,1)
Dépréciations et provisions au titre des filiales et participations	52,1	712,8
Gestion des filiales et participations	2 655,2	2 696,2

La variation des produits financiers perçus des filiales et participations françaises provient notamment de l'augmentation du dividende versé par LVMH Fashion Group SA (+ 1 234,7 millions d'euros), et de l'absence de dividende versé par Sofidiv SAS en 2011 (752,6 millions d'euros en 2010).

La variation des dépréciations des participations, de 146,6 millions d'euros, correspond pour une faible part à l'effet de la variation de l'USD sur la valorisation des filiales américaines et, de façon plus générale, à l'augmentation de valeur des participations résultant du niveau d'activité en 2011.

Concernant la variation des dépréciations et provisions, voir également Note 16.

3.2. Coût de la dette financière nette

Le coût de la dette financière nette, y compris effet des instruments de couverture de taux, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Intérêts et primes sur emprunts obligataires	(128,4)	(106,9)
Intérêts sur autres emprunts	(2,9)	(2,5)
Revenus et produits financiers	4,7	1,5
Coût de la dette financière nette hors Groupe	(126,6)	(107,9)
Charge d'intérêts intra-groupe	(35,1)	(39,4)
Produit d'intérêts intra-groupe	2,8	1,0
Coût de la dette financière nette intra-Groupe	(32,3)	(38,4)
Coût de la dette financière nette	(158,9)	(146,3)

3.3. Résultat de change

Le résultat de change est constitué des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Différences positives de change	242,0	363,3
Différences négatives de change	(332,3)	(432,4)
Variation des provisions pour pertes de change latentes	2,6	(158,8)
Résultat de change	(87,7)	(227,9)

Sur la variation des provisions, voir également Note 16.

Le résultat de change est constitué des pertes et gains générés par les encours d'emprunts en devises ainsi que par les instruments dérivés de change souscrits dans le cadre des opérations décrites en Note 17.4 et 20 (couvertures d'actifs nets des filiales en devises).

3.4. Autres produits et charges financiers

Le montant des autres produits et charges financiers s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Résultat sur actions et calls sur actions LVMH	2,3	13,9
Autres produits financiers	32,2	-
Autres charges financières	(22,7)	(38,5)
Variation des provisions	0,2	(0,3)
Autres produits et charges financiers	12,0	(24,9)

Sur la variation des provisions, voir également Note 16.

4. PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS

Les prestations de services et autres revenus se décomposent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Prestations de services	111,6	106,2
Refacturations	61,7	75,7
Revenus fonciers	6,7	6,5
Total	180,0	188,4

L'ensemble des prestations de services et autres revenus concerne des sociétés filiales :

- les prestations de services consistent en prestations d'assistance (voir Note 1.1 Activité de la Société);
- les refacturations portent sur des rémunérations et frais engagés par LVMH pour compte;
- les revenus fonciers proviennent de la location de vignobles champenois dont LVMH a la propriété.

5. FRAIS DE PERSONNEL

Les frais de personnel incluent les rémunérations brutes et charges patronales, les avantages post-emploi, les autres avantages à long terme et le coût des plans d'options et assimilés.

L'augmentation des frais de personnel provient principalement du versement en 2011 d'une contribution au titre des

avantages post-emploi (voir Note 5.2), alors qu'aucune contribution n'avait été versée en 2010, et de l'absence de charge de plans d'options en 2010 en raison de la réalisation d'une plus-value lors des levées d'options par les bénéficiaires.

5.1. Rémunérations brutes

Compte tenu de la nature de l'activité de la Société, telle que décrite en Note 1.1 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.

La rémunération brute globale des mandataires sociaux et membres du Comité exécutif de la Société, pour l'exercice 2011, s'élève à 33,4 millions d'euros, dont 1,0 million d'euros au titre de jetons de présence.

5.2. Engagements en matière d'avantages post-emploi : pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite

Ces engagements concernent principalement 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 leurs dernières rémunérations.

Au 31 décembre 2011, l'engagement non comptabilisé, net des actifs financiers venant en couverture, déterminé selon les mêmes principes que ceux utilisés pour les comptes consolidés du groupe LVMH, est de 37,6 millions d'euros.

Les hypothèses actuarielles retenues dans l'estimation de cet engagement sont les suivantes :

- taux d'actualisation : 4,65 %
- taux de rendement long terme attendu des placements : 4 %

Les versements effectués en couverture de cet engagement, soit 12,3 millions d'euros en 2011 (néant en 2010), sont comptabilisés dans la rubrique frais de personnel.

5.3. Effectif moyen

L'effectif moyen de la Société pour 2011 est de 23 personnes (2010 : 22 ; 2009 : 23).

6. AUTRES CHARGES DE GESTION

Les charges de gestion sont constituées notamment de loyers, honoraires, primes d'assurances, et frais de communication.

Compte tenu de la nature de l'activité de la Société telle que décrite en Note 1.1 Activité de la Société, une part importante des autres charges de gestion est refacturée aux sociétés du Groupe, soit dans le cadre de prestations d'assistance de gestion, soit dans le cadre de refacturations de frais engagés pour compte.

En outre, lors de la prise de participation de Diageo dans le groupe Moët Hennessy en 1994, a été établie une convention

entre Diageo et LVMH ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy SNC et les autres holdings du groupe LVMH. En application de cette convention, la quote-part des frais communs revenant à la société LVMH a donné lieu à facturation par Moët Hennessy à LVMH d'un montant de 92 millions d'euros.

Le montant des impôts, taxes et versements assimilés comptabilisé dans les autres charges de gestion s'élève à 3,6 millions d'euros sur l'exercice 2011 (3,3 millions d'euros en 2010).

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Néant.

8. IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS

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 du groupe fiscal. L'économie ou la charge complémentaire

d'impôt, du montant de la différence entre la somme de 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 2011, dans le cadre de cette convention, le montant des déficits fiscaux restituables par LVMH aux filiales intégrées s'élève à 3 494 millions d'euros.

8.2. Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les sociétés se ventile de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Résultat avant impôt	(Charge)/ Produit d'impôt	Résultat net
Résultat courant	2 260,4	(54,1)	2 206,3
Résultat exceptionnel	-	-	-
	2 260,4	(54,1)	2 206,3
Impôt sur exercices antérieurs	-	(0,4)	(0,4)
Incidence de l'intégration fiscale	-	119,6	119,6
	2 260,4	65,1	2 325,5

Le montant d'impôt de l'exercice inclut une charge de 26,5 millions d'euros au titre de la contribution exceptionnelle 2011 de 5 % pour l'ensemble du groupe fiscal.

8.3. Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2011 à un montant net débiteur de 38 millions d'euros, dont 19 millions d'euros au titre de différences temporaires devant se renverser en 2012.

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	2011
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2010	42,3
Investissements	3,8
Cessions et mises hors service	(0,1)
Variation nette des amortissements	0,1
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2011	46,1

10. PARTICIPATIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Valeur brute du portefeuille de participations	18 499,9	14 231,2
Dépréciation	(1 361,8)	(1 508,4)
Valeur nette du portefeuille de participations	17 138,1	12 722,8

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

La variation de la valeur brute du portefeuille de participations, soit 4 268,7 millions d'euros, provient exclusivement de l'acquisition de la totalité des titres constituant le capital Bulgari au cours de l'exercice 2011 (Voir Note 1.2).

Les méthodes de dépréciation des titres de participation sont décrites en Note 2.3. Le plus souvent, la dépréciation est calculée par référence à la valeur d'utilité de la participation concernée, qui est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels générés par cette entité.

L'évolution de la dépréciation du portefeuille est analysée en Note 16.

11. ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS

11.1. Actions LVMH

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2011, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011			2010
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Plans d'options de souscription	318,6	-	318,6	429,1
Autres affectations	34,8	-	34,8	30,8
En voie d'annulation	-	-	-	-
Titres immobilisés	353,4	-	353,4	459,9
Plans d'options d'achat	22,2	-	22,2	41,2
Plans d'attribution d'actions gratuites	64,3	-	64,3	41,8
Plans futurs	28,6	-	28,6	39,3
Contrat de liquidité	13,0	-	13,0	12,4
Valeurs mobilières de placement	128,1	-	128,1	134,7

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

Titres immobilisés

<i>(en millions d'euros)</i>	Plans d'options de souscription		Autres		En voie d'annulation		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1 ^{er} janvier	9 093 593	429,1	662 874	30,8	-	-	9 756 467	459,9
Achats	-	-	-	-	-	-	-	-
Transferts	[84 463]	[4,0]	84 463	4,0	-	-	-	-
Annulations	[2 259 454]	[106,5]	-	-	-	-	[2 259 454]	[106,5]
Au 31 décembre	6 749 676	318,6	747 337	34,8	-	-	7 497 013	353,4

Valeurs mobilières de placement

<i>(en millions d'euros)</i>	Plans d'options d'achat		Autres plans		Contrat de liquidité		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1 ^{er} janvier	615 482	41,2	1 468 024	81,1	100 000	12,4	2 183 506	134,7
Achats	200 000	16,2	-	-	2 697 370	308,6	2 897 370	324,8
Cessions	-	-	-	-	[2 678 370]	[308,0]	[2 678 370]	[308,0]
Transferts	[311 550]	[19,2]	311 550	19,2	-	-	-	-
Levées d'options	[218 862]	[16,0]	-	-	-	-	[218 862]	[16,0]
Attribution d'actions	-	-	[143 979]	[7,4]	-	-	[143 979]	[7,4]
Au 31 décembre	285 070	22,2	1 635 595	92,9	119 000	13,0	2 039 665	128,1

Dans le cadre du contrat de liquidité, les plus-values de cession au cours de l'exercice ont été de 0,3 million d'euros et les actions détenues au 31 décembre 2011 représentent, au cours de bourse à cette date, une valeur de 13 millions d'euros.

11.2. Instruments dérivés sur actions

Au cours de l'exercice, les seuls instruments dérivés utilisés ont été des options d'achat d'actions LVMH (« calls ») ; les mouvements ont été les suivants :

	Nombre	Primes payées <i>(en millions d'euros)</i>
Au 31 décembre 2010	300 000	12,2
Achats	-	-
Exercices	(200 000)	(8,2)
Au 31 décembre 2011	100 000	4,0

Voir également Note 12.

11.3. Plans d'options et assimilés

11.3.1. Caractéristiques des plans

Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription

L'Assemblée générale du 14 mai 2009 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2012, de 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 d'actions dans la limite de 3 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de dix ans et les options sont exerçables après un délai de trois ans pour les plans émis antérieurement à 2004, ou quatre ans pour les plans émis à partir de 2004.

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 d'une action pour une option attribuée.

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée générale du 31 mars 2011 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en mai 2014, de 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 gratuites aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France est définitive au terme d'une période

Les calls en vie au 31 décembre 2011 sont exerçables à tout instant selon l'échéancier suivant :

<i>(en millions d'euros)</i>	Prix d'exercice total
Exerçable au plus tard en 2012 2013	- 3,7
Total	3,7

d'acquisition de deux ans (trois ans les attributions au titre des plans ouverts en 2011), au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pour une durée complémentaire de deux ans.

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale à l'étranger sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En substitution des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, le Groupe a mis en place des plans équivalents à des plans d'options d'achat ou à des plans d'attribution d'actions gratuites en termes de gains pour le bénéficiaire, mais dénouables en numéraire et non en titres. La durée d'acquisition des droits est de quatre ans.

Conditions de performance

Depuis 2009, les plans d'options de souscription d'actions ou d'attribution d'actions gratuites sont assortis de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans.

11.3.2. Évolution des plans d'options et assimilés

Les droits attribués dans le cadre des différents plans portant sur des actions LVMH ont évolué comme suit au cours de l'exercice :

<i>(nombre)</i>	Plans d'options de souscription	Plans d'options d'achat	Attribution d'actions gratuites	Plans dénoués en numéraire
Droits non exercés au 1 ^{er} janvier 2011	8 084 215	915 482	770 611	115 298
Attributions	-	-	557 052	-
Options/attributions devenues caduques	(84 463)	(311 550)	(23 243)	-
Options exercées/attribution définitive d'actions	(1 395 835)	(218 862)	(143 979)	(44 884)
Droits non exercés au 31 décembre 2011	6 603 917	385 070	1 160 441	70 414

Les plans d'attribution d'actions gratuites ouverts en 2010 et 2011 sont assortis, dans des proportions variables selon les bénéficiaires, de conditions de performance : les actions gratuites concernées ne sont attribuées définitivement que dans la mesure où, pour chacun des exercices 2011 et 2012 (2010 et 2011 pour le plan ouvert en 2010), l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe, enregistre une variation positive par rapport à l'exercice 2010 (2009 pour le plan ouvert en 2010). Les conditions de performance, qui ont été satisfaites au titre des exercices 2010 et 2011, ont été considérées comme satisfaites en 2012 pour la détermination de la charge 2011.

Les attributions devenues définitives proviennent d'actions antérieurement détenues.

La charge comptabilisée en 2011, en frais de personnel, au titre des plans d'options et assimilés, est de 25,1 millions d'euros (2010 : 24,4 millions d'euros ; 2009 : 16,1 millions d'euros). Voir également Note 16.

La valeur moyenne ayant servi d'assiette au calcul de la contribution sociale de 14 % pour les plans ouverts en 2011 est de 104,62 euros par action attribuée.

12. CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

[en millions d'euros]	2011			2010
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Créances sur des entreprises liées	391,3	-	391,3	342,8
dont : comptes courants d'intégration fiscale	103,7	-	103,7	83,4
quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir	271,3	-	271,3	229,3
Créances sur l'État	34,8	-	34,8	29,3
Autres créances	63,7	(8,5)	55,2	21,8
dont : soulte sur swap à recevoir	32,0	-	32,0	-
actions LVMH : primes payées sur calls	4,0	(4,0)	-	-
primes payées sur options de change	-	-	-	-
Total	489,8	(8,5)	481,3	393,9

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception d'une quote-part des primes payées sur calls (Voir Note 11.2 Instruments dérivés sur actions LVMH).

13. COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF

Le solde des comptes de régularisation actif se décompose de la façon suivante :

[en millions d'euros]	2011			2010
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Écarts de conversion actif	141,4	-	141,4	162,5
Primes de remboursement des obligations	4,9	-	4,9	6,9
Charges constatées d'avance	1,0	-	1,0	0,2
Total	147,3	-	147,3	169,6

Le solde des écarts de conversion actif provient de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2011, des créances clients, dettes fournisseurs et emprunts obligataires en devises.

14. CAPITAL ET PRIMES

14.1. Capital

Le capital est constitué de 507 815 624 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 trois 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 cours de l'exercice, 19 432 846 actions ont été émises, dont 18 037 011 actions dans le cadre de l'augmentation de capital du 30 juin 2011 venant en rémunération des titres Bulgari apportés par les actionnaires familiaux (voir Note 1.2) et 1 395 835 actions du fait d'exercice d'options de souscription ; en outre 2 259 454 actions ont été annulées.

Au 31 décembre 2011, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	224 575 071	44,22
Actions à droit de vote simple	273 703 875	53,90
	498 278 946	98,12
Actions détenues par LVMH	9 536 678	1,88
Nombre total d'actions	507 815 624	100,00

14.2. Variation des capitaux propres

La variation des capitaux propres au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Capital	Primes	Autres réserves et prov. réglementées	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2010 avant affectation du résultat	490 642 232	147,2	1 781,9	582,6	2 595,8	(335,2)	2 317,9	7 090,2
Affectation du résultat 2010	-	-	-	-	2 317,9	-	(2 317,9)	-
Dividendes 2010	-	-	-	-	(1 028,1)	335,2	-	(692,9)
<i>dont actions auto-détenues</i>	-	-	-	-	22,3	-	-	22,3
Au 31 décembre 2010 après affectation du résultat	490 642 232	147,2	1 781,9	582,6	3 907,9	-	-	6 419,6
Exercice d'options de souscription	1 395 835	0,4	93,5	-	-	-	-	93,9
Annulation d'actions	(2 259 454)	(0,7)	(105,8)	-	-	-	-	(106,5)
Apport de titres Bulgari	18 037 011	5,4	2 031,8	0,5	-	-	-	2 037,7
Acompte sur dividendes 2011	-	-	-	-	-	(406,1)	-	(406,1)
<i>dont actions auto-détenues</i>	-	-	-	-	-	7,5	-	7,5
Résultat de l'exercice 2011	-	-	-	-	-	-	2 325,5	2 325,5
Au 31 décembre 2011 avant affectation du résultat	507 815 624	152,3	3 801,4	583,1	3 907,9	(398,6)	2 325,5	10 371,6

L'affectation du résultat de l'exercice 2010 résulte des résolutions de l'Assemblée générale mixte du 31 mars 2011.

15. RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

Les réserves et écarts de réévaluation s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Réserve légale	15,2	14,7
Réserves réglementées	331,3	331,3
Autres réserves	195,0	195,0
Écarts de réévaluation	41,5	41,5
Total	583,0	582,5

15.1. 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.

15.2. 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.

15.3. 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 :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Vignobles et autres terrains	17,9	17,9
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23,6	23,6
Total	41,5	41,5

16. VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2010	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2011
Titres de participation	1 508,4	121,9	-	(268,5)	1 361,8
Actions LVMH : primes sur calls	12,2	-	(8,2)	-	4,0
Autres actifs	4,4	-	-	-	4,4
Dépréciations d'actifs	1 525,0	121,9	(8,2)	(268,5)	1 370,2
Plans d'options et assimilés	38,3	21,1	(11,8)	-	47,6
Risques généraux	452,9	118,3	(23,0)	-	548,2
Pertes de change latentes	269,8	125,8	-	(128,4)	267,2
Autres charges	29,9	21,4	(3,7)	(4,1)	43,5
Provisions pour risques et charges	790,9	286,6	(38,5)	(132,5)	906,5
Total	2 315,9	408,5	(46,7)	(401,0)	2 276,7
dont : résultat financier		349,8	(15,1)	(401,0)	
résultat d'exploitation		58,7	(31,6)	-	
dont frais de personnel		41,8	(15,5)	-	
résultat exceptionnel		-	-	-	
		408,5	(46,7)	(401,0)	

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.

Voir également Notes 3, 10 et 11.

17. DETTE FINANCIÈRE BRUTE

La dette financière brute s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011	2010
Emprunts obligataires	4 021,9	3 544,2
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	152,7	172,5
Dettes financières intra-groupe	2 684,3	2 211,2
Autres dettes financières	2 837,0	2 383,7
Dettes financières brute	6 858,9	5 927,9

17.1. 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 2011 atteint 4,0 milliards d'euros.

<i>(en millions d'euros)</i>	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Prix d'émission <i>(en % du nominal)</i>	Échéance	Nominal au 31 décembre 2011	Intérêts courus après swap	Total
Émissions publiques :							
CHF 300 000 000, 2007	3,375 %	-	99,840 %	2013	246,8	0,9	247,7
EUR 760 000 000, 2005 et 2008 ^(a)	3,375 %	total	98,598 %	2012	760,0	12,9	772,9
CHF 200 000 000, 2008	4,00 %	-	100,090 %	2015	164,5	3,8	168,3
EUR 1 000 000 000, 2009	4,375 %	total	99,648 %	2014	1 000,0	3,8	1 003,8
EUR 500 000 000, 2011	3,375 %	total	99,842 %	2015	500,0	2,4	502,4
EUR 500 000 000, 2011	4,000 %	-	99,784 %	2018	500,0	14,7	514,7
Placements privés :							
JPY 15 000 000 000, 2008	variable	-	100 %	2013	116,1	0,6	116,7
JPY 5 000 000 000, 2009	1,229 %	-	100 %	2013	49,9	0,1	50,0
EUR 250 000 000, 2009	4,50 %	total	99,732 %	2015	250,0	0,3	250,3
EUR 150 000 000, 2009	4,775 %	total	100 %	2017	150,0	0,0	150,0
USD 125 000 000, 2011	variable	-	100 %	2013	86,9	0,0	86,9
USD 125 000 000, 2011	variable	-	100 %	2013	86,9	0,0	86,9
USD 100 000 000, 2011	variable	-	100 %	2013	71,0	0,3	71,3
Total					3 982,1	39,8	4 021,9

(a) Montants cumulés et prix d'émission moyen pondéré résultant d'un emprunt de EUR 600 000 000 émis en 2005 à un prix d'émission de 99,828 % et d'un abondement de EUR 160 000 000 réalisé en 2008 à un prix d'émission de 93,986 %.

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables au pair *in fine*.

Les swaps de taux mentionnés dans le tableau qui précède ont été conclus à l'émission des emprunts obligataires ; des opérations ultérieures d'optimisation ont pu être réalisées.

Au cours de l'exercice, LVMH a procédé à une émission obligataire publique, comportant deux tranches de 500 millions d'euros chacune, remboursables *in fine* au pair en avril 2015 et en avril 2018 ; les taux d'intérêt effectifs déterminés lors de l'émission sont de, respectivement, 3,47 % et 4,08 %.

17.2. Dette financière intra-groupe

La dette financière intra-groupe correspond à un encours avec la société assurant la centralisation de trésorerie du groupe ; celui-ci est constitué au 31 décembre 2011 d'un emprunt de 1 860,3 millions d'euros à échéance à moins d'un an et d'un compte-

En outre, LVMH a émis, dans le cadre de placements privés, des emprunts obligataires en dollar US, rémunérés à taux variable, pour un montant total équivalent à 244 millions d'euros, remboursables en 2013.

LVMH a remboursé les emprunts obligataires suivants au cours de l'exercice : en juin 2011, l'emprunt de 5 milliards de yens émis en 2008 ; en juillet 2011, l'emprunt émis en 2004 pour un montant de 600 millions d'euros ; en décembre 2011, l'emprunt de 200 millions de francs suisses émis en 2008.

courant financier, dont le solde est de 824 millions d'euros.

Au 31 décembre 2011, les intérêts courus compris dans cet encours s'élèvent à 11,5 millions d'euros.

17.3. Analyse de la dette par échéance

La répartition de la dette financière brute par nature et selon son échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, est présentée dans le tableau ci-après :

Dettes <i>(en millions d'euros)</i>	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans		
Emprunts obligataires	4 021,9	799,9	2 572,0	650,0	39,8	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	152,7	0,7	152,0	-	0,7	-
Dette financière intra-groupe	2 684,3	2 684,3	-	-	11,5	2 684,3
Autres dettes financières	2 837,0	2 685,0	152,0	0,0	12,2	2 684,3
Dette financière brute	6 858,9	3 484,9	2 724,0	650,0	52,0	2 684,3

17.4. Analyse de la dette par devise

Au 31 décembre 2011, la répartition par devise de la dette financière brute, en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission, s'analyse de la façon suivante :

Devises	Contre-valeur <i>(en millions d'euros)</i>	
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture
Euro	3 346	3 151
Franc suisse	416	973
Livre sterling	-	-
Autres devises	412	50
Dette financière hors Groupe	4 174	4 174
Dette financière intra-groupe		2 684
Total dettes financières		6 859

Le montant de la dette en devise a pour objet de couvrir, le plus souvent, l'actif net en devise de sociétés acquises hors zone Euro.

17.5. Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, LVMH peut s'engager à respecter un ratio de dette financière nette sur capitaux propres calculé sur les données consolidées. Au 31 décembre 2011, aucune ligne de crédit tirée ou non tirée n'est concernée par cette disposition.

17.6. Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2011, le montant de la dette financière ne fait pas l'objet de garanties et sûretés réelles.

18. AUTRES DETTES

La répartition des autres dettes par nature et selon leur échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, sont présentées dans le tableau ci-après :

(en millions 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		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	94,3	94,3	-	-	88,4	72,9
Dettes fiscales et sociales	63,5	63,5	-	-	42,2	-
Autres dettes	23,9	23,9	-	-	1,0	20,3
<i>dont comptes courant d'intégration fiscale</i>	<i>20,3</i>	<i>20,3</i>	-	-	-	<i>20,3</i>
Autres dettes	181,7	181,7	-	-	131,6	93,2

19. COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF

Néant.

20. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ

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 des instruments ayant nature de couverture d'actifs nets

en devises en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques, tels les titres de participation.

Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation de crédit, et dans un souci de diversification.

20.1. Instruments de taux d'intérêt

Les instruments de taux d'intérêt sont, en règle générale, affectés 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 2011, leur montant notionnel réparti par échéance ainsi que leur valeur de marché s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Montant notionnel	Échéancier			Valeur de marché ^(a)
		1 an au plus	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans	
Swaps payeurs de taux fixe	268,6	-	268,6	-	(7,4)
Swaps payeurs de taux variable	3264,9	760,0	2 354,9	150,0	192,7

(a) Gain/(perte)

20.2. Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2011, ainsi que l'effet de leur réévaluation aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

Nature <i>(en millions d'euros)</i>	Devise	Montants nominaux	Valeur de marché ^(a)
Swaps cambistes	USD	1 588,3	(63,0)
	HKD	822,7	(48,2)
	CHF	557,5	(9,5)
	JPY	56,9	(2,8)
	GBP	0,1	(0,5)

(a) Gain/[perte]

L'ensemble des contrats présentés dans le tableau ci-dessus sont à échéance de moins d'un an.

21. AUTRES INFORMATIONS

21.1. Engagements d'achat de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 4 284 millions d'euros ; ce montant représente les engagements contractuels pris par le Groupe pour l'achat de titres de minoritaires dans des 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 principalement 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 ses participations de 34 % dans les sociétés Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS, sous préavis de 6 mois, pour un montant égal à 80 % de leur valeur à la date d'exercice de la promesse.

21.2. Autres engagements en faveur de tiers

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2011
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales ou autres sociétés du groupe	6 671,5

21.4. Relations avec les parties liées

Au cours de l'exercice, il n'a été conclu aucune convention nouvelle avec les parties liées au sens de l'article R.123-198 du Code de commerce, d'un montant significatif et à des conditions qui n'auraient pas été des conditions normales de marché.

Voir également Note 6 Autres charges de gestion sur la convention entre LVMH et Diageo.

21.3. Autres engagements en faveur de LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2011
Lignes de crédit à plus d'un an confirmées non tirées	2 290,0
Lignes de crédit à moins d'un an confirmées non tirées	570,0
	2 860,0
Calls sur actions LVMH ^(a)	7,2

(a) Montant correspondant à la différence entre le prix d'exercice des calls et le cours de l'action LVMH à la date de clôture

21.5. Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SA, 30 avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE

Titres de participation <i>(en millions d'euros)</i>	Pourcentage de participation directe	Valeur nette comptable
508 493 000 actions de valeur nominale EUR 16,57 de Sofidiv SAS	100,00	10 116,4
245 000 actions de valeur nominale EUR 100 de Bulgari SpA (Italie)	100,00	4 268,7
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 018,9
23 743 079 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA	99,95	822,2
35 666 394 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	283,6
1 961 048 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259,2
164 999 994 actions de valeur nominale EUR 1 de Eley Finance SA	99,99	165,0
68 958 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,98	76,5
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 2,82 de Moët Hennessy International SA	58,67	74,4
34 414 870 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services Ltd (Grande Bretagne)	100,00	28,9
7 000 parts de valeur nominale EUR 1 265 du GIE LVMH Services	20,00	8,9
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon)	100,00	7,6
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6,7
37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de Creare SA (Luxembourg)	32,17	1,1
614 actions de valeur nominale EUR 100 de LVMH International SA (Belgique)	99,99	-
Total		17 138,1

Voir également Note 11 – Actions LVMH.

FILIALES ET PARTICIPATIONS

Sociétés	Siège social	Devise	Capital ^(a)	Capitaux propres autres que le capital ^{(a)(b)}	Quote-part du capital détenu en %	Valeur comptable des titres détenus ^(c)		Prêts et avances consentis ^(c)	Cautions et avals accordés ^(c)	Chiffres d'affaires hors taxes ^(a)	Bénéfice net ou perte (-) du dernier exercice ^(a)	Dividendes encaissés en 2011 ^(c)	
						Brute	Nette						
<i>(en millions d'unités monétaires)</i>													
1. Filiales (>50%)													
Bulgari SpA	Rome	EUR	24,5	369,6	100,00	4 268,7	4 268,7	-	-	128,3	8,9	5,2	
Moët Hennessy SNC	Boulogne-Billancourt	EUR	428,7	2 307,9	58,67	1 018,9	1 018,9	-	-	687,3	462,4	-	
Moët Hennessy Inter. SAS	"	EUR	151,6	304,5	58,67	74,4	74,4	-	-	66,0	66,0	26,8	
Sofidiv SAS	"	EUR	8 427,4	2 588,0	100,00	10 116,4	10 116,4	-	-	1 011,8	1 167,5	-	
LVMH Finance SA	"	EUR	535,0	(151,8)	99,99	1 630,5	283,6	-	-	4,2	(121,9)	-	
Eley Finance SA	"	EUR	165,0	1,3	99,99	165,0	165,0	-	-	-	-	-	
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35,6	2 759,4	99,95	822,2	822,2	-	-	1 899,3	1 814,6	2 101,3	
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2,6	400,7	99,98	76,5	76,5	-	5,4	1 041,8	215,4	180,0	
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29,4	104,3	99,99	259,2	259,2	-	-	280,0	21,1	20,0	
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150,0	743,6	100,00	7,6	7,6	-	446,2	996,6	160,3	-	
LVMH Services Ltd	Londres	GBP	34,4	(10,2)	100,00	43,8	28,9	-	6,0	1,4	(1,0)	-	
2. Participations (>10% et <50%)													
GIE LVMH Services	Boulogne-Billancourt	EUR	44,3	(0,9)	20,0	8,9	8,9	-	-	2,2	(0,9)	-	
3. Participations (<10%)													
Loewe SA	Madrid	EUR	5,3	25,5	5,44	6,7	6,7	-	-	112,6	14,5	-	
4. Autres participations													
						1,1	1,1						
Total						18 499,9	17 138,1	-	457,6				2 333,3

(a) En devises pour les filiales étrangères.

(b) Avant affectation du résultat de l'exercice.

(c) En millions d'euros.

RÉSULTATS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)	2007	2008	2009	2010	2011
1. Capital					
Montant du capital	147,0	147,0	147,1	147,2	152,3
Nombre d'actions ordinaires existantes	489 937 410	489 937 410	490 405 654	490 642 232	507 815 624
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	8 015 393	9 569 660	10 214 500	8 084 215	6 603 917
2. Opérations et résultats de l'exercice					
Produits financiers de participations et autres revenus	917,1	1 369,0	1 261,8	2 171,8	2 783,1
Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	962,8	904,5	915,3	1 532,6	2 221,2
(Produit)/Charge d'impôts sur les bénéfices ^(a)	-	-	-	-	-
Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) ^(b)	783,4	898,9	436,1	2 317,9	2 325,5
Résultat distribué ^(c)	783,9	783,9	809,2	1 030,3	1 320,3
3. Résultats par action					
Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	1,95	1,64	1,90	3,34	4,50
Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) ^(b)	1,60	1,83	0,89	4,72	4,58
Dividende brut distribué à chaque action ^(d)	1,60	1,60	1,65	2,10	2,60
4. Personnel					
Effectif moyen (en nombre)	25	26	23	22	23
Montant de la masse salariale	33,8	59,8	64,5	61,4	104,8
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	10,7	18,2	15,9	13,8	17,7

(a) Hors effets de la convention d'intégration fiscale.

(b) Après effets de la convention d'intégration fiscale.

(c) Montant de la distribution résultant de la résolution de l'Assemblée générale, avant effets des actions LVMH auto-détenues à la date de la distribution. Pour l'exercice 2011, montant proposé à l'Assemblée générale du 5 avril 2012.

(d) Avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Aux 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 2011, 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 et informations spécifiques 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 d'exercice professionnel 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 vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes annuels. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

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.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la Note 2.1. Cadre général, changement de méthodes comptables de l'annexe aux états financiers qui expose le changement de présentation du compte de résultat.

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 2.3. de l'annexe aux états financiers expose les règles et les méthodes comptables relatives aux immobilisations financières. Dans le cadre de notre appréciation des principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables et des informations fournies dans cette note 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 d'exercice professionnel 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.

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre société auprès des sociétés contrôlant votre société ou contrôlées par elle. Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations, étant précisé 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 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIES

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles des conventions et engagements dont nous avons été avisés ou que nous aurions découverts à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions et engagements. 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.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R. 225-31 du Code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions et engagements déjà approuvés par l'Assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS SOUMIS A L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Conventions et engagements autorisés au cours de l'exercice écoulé

En application de l'article L. 225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions et engagements suivants qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

1. Avec la société Groupe Arnault SAS

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Nicolas Bazire, Albert Frère et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : avenant à la convention d'assistance du 31 juillet 1998 avec la société Groupe Arnault SAS.

Le 3 février 2011, le Conseil d'administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à la convention d'assistance conclue entre votre société et la société Groupe Arnault SAS. La modification de cette convention porte sur la rémunération prévue dans ce contrat, fixée à 5 100 000 euros hors taxes par an à compter du 1^{er} janvier 2011.

Au titre de cette convention, votre Société a versé 5 100 000 euros à la société Groupe Arnault SAS pour l'exercice 2011.

2. Avec la société Christian Dior Couture SA

Administrateurs concernés : MM. Bernard Arnault, Antoine Bernheim et Pierre Godé.

Nature, objet et modalités : renouvellement du protocole de joint venture « Les Ateliers Horlogers SA » entre Christian Dior Couture SA et LVMH SA.

Le 31 mars 2011, le Conseil d'administration a autorisé la prorogation pour une durée d'un an renouvelable de la joint venture « Les Ateliers Horlogers Dior SA », mise en place en 2008 pour l'exploitation des Montres Dior.

Cette prorogation a donné lieu à la signature d'avenants et à des ajustements des contrats conclus en 2008.

3. Avec M. Francesco Trapani, Administrateur

Nature, objet et modalités : mise en place d'un plan d'intéressement à moyen terme.

Le 30 juin 2011, le Conseil d'administration a autorisé la mise en place au profit de M. Francesco Trapani d'un plan d'intéressement à moyen terme.

Cette convention porte sur l'octroi d'une rémunération exceptionnelle en 2015 (i) qui sera fonction, d'une part du résultat opérationnel consolidé de Bulgari sur la période 2011 à 2014 inclus, et d'autre part, de l'évolution du résultat opérationnel consolidé de la branche Montres et Joaillerie du Groupe sur la période 2012 à 2014 inclus et (ii) dont le montant cible est égal à 4 millions d'euros.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS DÉJÀ APPROUVÉS PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE**Conventions et engagements approuvés au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé**

En application de l'article R. 225-30 du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, déjà approuvés par l'Assemblée générale au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

1. Répartition des frais de holding du groupe LVMH**Nature, objet et modalités**

La convention relative à la répartition des frais de holding du groupe LVMH, en fonction du chiffre d'affaires de l'activité Vins et Spiritueux d'une part, et des autres activités d'autre part, conclue le 20 janvier 1994 avec la société Guinness plc (désormais Diageo plc), s'est poursuivie en 2011.

Le montant des frais communs supportés par la société Moët Hennessy SNC au titre de cette convention s'est élevé à 20 millions d'euros au cours de l'exercice 2011.

2. Convention d'assistance juridique**Nature, objet et modalités**

La convention de prestations de service 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 s'est poursuivie. Au titre de cette convention, votre Société a perçu 45 750 euros hors taxes de rémunération forfaitaire au cours de l'exercice 2011.

3. Financement du régime de retraite complémentaire**Nature, objet et modalités**

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 2011.

La charge en résultant pour la Société au cours de l'exercice 2011 est comprise dans le montant figurant à la Note 30.3 de l'annexe aux états financiers consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIES

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

AUTRES INFORMATIONS

Gouvernance

1.	PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	210
1.1.	Mandats d'Administrateur en cours	210
1.2.	Nominations en qualité d'Administrateur	216
1.3.	Censeurs	220
2.	COMMISSAIRES AUX COMPTES	222
2.1.	Commissaires aux comptes titulaires	222
2.2.	Commissaires aux comptes suppléants	222
2.3.	Honoraires perçus en 2011	222
3.	CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	223
3.1.	Composition du Conseil d'administration	223
3.2.	Missions du Conseil d'administration	223
3.3.	Fonctionnement du Conseil d'administration	223
3.4.	Responsabilité	224
3.5.	Rémunération	224
3.6.	Champ d'application	224
4.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	224
4.1.	Composition du Comité	224
4.2.	Rôle du Comité	225
4.3.	Fonctionnement du Comité	225
4.4.	Prérogatives du Comité	225
4.5.	Rémunération des membres du Comité	225
5.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	226
5.1.	Composition du Comité	226
5.2.	Rôle du Comité	226
5.3.	Fonctionnement du Comité	226
5.4.	Prérogatives du Comité	226
5.5.	Rémunération des membres du Comité	227
6.	STATUTS	227

1. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1.1. Mandats d'Administrateur en cours

M. Bernard ARNAULT, Président-directeur général

Né le 5 mars 1949 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).
 Date de première nomination : 26 septembre 1988.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2013.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 6 990 actions.

M. Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinell. 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 et de Christian Dior. 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

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a) Christian Dior SA ^(a) Christian Dior Couture SA Financière Jean Goujon SAS Groupe Arnault SAS Société Civile du Cheval Blanc Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise	Président-directeur général Président du Conseil d'administration Administrateur Membre du Comité de Surveillance Président Président du Conseil d'administration Président du Conseil d'administration
International	LVMH International SA (Belgique) LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon)	Administrateur Administrateur Administrateur

Autres

France	Carrefour SA ^(a) Lagardère SCA ^(a)	Administrateur Membre du Conseil de Surveillance
--------	---	---

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	Métropole Télévision « M6 » SA Raspail Investissements SA	Membre du Conseil de Surveillance Administrateur
--------	--	---

Mme Delphine ARNAULT

Née le 4 avril 1975 de nationalité française.
 Adresse professionnelle Christian Dior – 30, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).
 Date de première nomination : 10 septembre 2003.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 158 844 actions.

Mme Delphine Arnault a commencé sa carrière dans le cabinet international de conseil en stratégie McKinsey 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 Couture dont elle est actuellement Directeur général adjoint ; elle siège, en outre, au Conseil d'administration de Loewe, dont elle est Directrice de la stratégie produits.

[a] Société française cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
	Céline SA	Administrateur
	Les Echos SAS	Membre du Conseil de Surveillance
	Société Civile du Cheval Blanc	Administrateur
International	Emilio Pucci Srl (Italie)	Administrateur
	Emilio Pucci International BV (Pays-Bas)	Administrateur
	Loewe SA (Espagne)	Administrateur

Autres

France	Établissement Public de Sèvres - Cité de la Céramique	Administrateur
	Métropole Télévision « M6 » SA ^(a)	Membre du Conseil de Surveillance

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

International	Calto Srl (Italie)	Présidente du Conseil d'administration
	Manifatturauno Srl (Italie)	Présidente du Conseil d'administration

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et Acquisitions

Né le 13 juillet 1957 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).
 Date de première nomination : 12 mai 1999.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Nicolas Bazire devient Directeur du Cabinet du Premier ministre Édouard Balladur en 1993. Associé-gérant de Rothschild & Cie Banque entre 1995 et 1999, il est Directeur général de Groupe Arnault SAS depuis 1999.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
	Agache Développement SA	Administrateur
	Europatweb SA	Administrateur
	Financière Agache SA	Directeur général délégué et Représentant permanent de Groupe Arnault SAS, Administrateur
	Financière Agache Private Equity SA	Administrateur
	Groupe Arnault SAS	Directeur général
	Groupe Les Echos SA	Administrateur
	Les Echos SAS	Vice-Président du Conseil de Surveillance
	LVMH Fashion Group SA	Administrateur
	Montaigne Finance SAS	Membre du Comité de Surveillance
	Semyrhamis SAS	Membre du Comité de Surveillance
	Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise	Administrateur

Autres

France	Atos Origin SA ^(a)	Administrateur
	Carrefour SA ^(a)	Administrateur
	Les chevaux de Malmain SARL	Gérant
	Rothschild & Cie Banque SCS	Membre du Conseil de Surveillance
	Suez Environnement Company SA ^(a)	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	Ipsos SA ^(a)	Administrateur
	Lyparis SAS	Membre du Comité de Surveillance
	Société Financière Saint-Nivard SAS	Président
	Tajan SA	Administrateur
International	Go Invest SA (Belgique)	Administrateur

(a) Société française cotée.

M. Antonio BELLONI, Directeur général délégué

Né le 22 juin 1954 de nationalité italienne.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 15 mai 2002.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 7 000 actions.

M. Antonio Belloni a rejoint le groupe LVMH en juin 2001, après une carrière de 22 ans au sein du groupe Procter & Gamble.

Nommé Président de la division européenne de Procter & Gamble en 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. Depuis septembre 2001, il est Directeur-général délégué de LVMH.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Directeur général délégué et Administrateur
	Givenchy SA	Administrateur
	Le Bon Marché, maison Aristide Boucicaut SA	Représentant permanent de LVMH, Administrateur
	LVMH Fragrance Brands SA	Représentant permanent de LVMH Fashion Group, Administrateur
	Sephora SA	Directeur général délégué et Administrateur
International	Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise	Administrateur
	Benefit Cosmetics LLC (États-Unis)	Gérant
	Bulgari SpA (Italie)	Administrateur
	De Beers Diamond Jewellers Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	DFS Group Limited (Bermudes)	Administrateur
	DFS Holdings Limited (Bermudes)	Administrateur
	Donna Karan International Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Edun Americas Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Edun Apparel Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	Emilio Pucci Srl (Italie)	Administrateur
	Emilio Pucci International BV (Pays-Bas)	Administrateur
	Fendi SA (Luxembourg)	Administrateur
	Fendi Srl (Italie)	Administrateur
	Fendi Adele Srl (Italie)	Administrateur
	Fresh Inc. (États-Unis)	Administrateur
	LVMH (Shanghai) Management & Consultancy Co. Ltd (Chine)	Président du Conseil d'administration
	Moët Hennessy Whitehall Rus LLC (Russie)	Président du Conseil d'administration
	Nude Brands Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	RVL Holding BV (Pays-Bas)	Membre du Conseil de Surveillance
Sephora Marinopoulos (Grèce)	Administrateur	
Thomas Pink Holdings Limited (Royaume-Uni)	Administrateur	
Ufip (Irlande)	Administrateur	

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	LVMH Fragrance Brands GIE	Membre du Collège des Administrateurs
	Parfums Luxe International – PLI SA	Président-directeur général
International	DFS Group LP (États-Unis)	Administrateur
	DFS Guam LP (Guam)	Administrateur

Mme Bernadette CHIRAC

Née le 18 mai 1933 de nationalité française.

Adresse de correspondance : BP 70 316 – 75007 Paris Cedex 07 (France).

Date de première nomination : 15 avril 2010.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2013.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Épouse de M. Jacques Chirac, Président de la République française de 1995 à 2007, M^{me} Bernadette Chirac est élue au Conseil municipal de Sarran en 1971 puis devient Adjointe au maire en 1977. Elle est élue Conseiller général de la Corrèze en 1979 et réélue sans discontinuité jusqu'en

[a] Société française cotée.

2011. En 1990, elle fonde l'association Le Pont Neuf, dont elle est la Présidente. En 1994, elle devient Présidente de la Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France et s'investit dans les opérations Pièces Jaunes et « Plus de Vie »

qui, grâce à son soutien et son implication, sont devenues des manifestations caritatives établies en France. Depuis 2007, elle est également Présidente de la Fondation Claude Pompidou.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Conseiller général de Corrèze	Présidente
	Fondation-Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France	Présidente
	Fondation Claude Pompidou	Présidente

M. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Worms 1848 SAS – 48, rue Notre-Dame des Victoires – 75002 Paris (France)

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2013.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 3 330 actions.

M. Nicholas Clive Worms a été Associé commandité puis Associé-gérant de maison Worms & 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

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Financière de Services Maritimes SA	Administrateur
	Worms 1848 SAS	Président
International	Permal UK Ltd (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration
	Worms (Luxembourg)	Président

M. Charles de CROISSET

Né le 28 septembre 1943 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Goldman Sachs International – Peterborough Court, 133 Fleet Street – EC4A 2BB Londres (Royaume-Uni).

Date de première nomination : 15 mai 2008.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2013.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1000 actions.

M. Charles de Croisset entre à l'Inspection des Finances en 1968. Après une carrière dans l'administration, il rejoint en 1980 le Crédit Commercial de France (CCF) dont il fut successivement Secrétaire général, Directeur général adjoint puis Directeur général. En 1993, il est nommé Président-directeur général du CCF, et en 2000 Executive Director de HSBC Holdings Plc. En mars 2004, il devient Vice-Chairman pour l'Europe de Goldman Sachs puis International Advisor chez Goldman Sachs International en 2006.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Euler Hermès SA ^(a)	Membre du Conseil de Surveillance
	Galleries Lafayette SA ^(a)	Membre du Collège des Censeurs
	Renault SA ^(a)	Administrateur
	Renault SAS	Administrateur
	Fondation du Patrimoine	Président
International	Goldman Sachs International (Royaume-Uni)	International Advisor

(a) Société française cotée.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	Bouygues SA Thales SA	Administrateur Administrateur
International	Thales Holdings Plc (Royaume-Uni)	Conseiller

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : Tod's SpA – Corso Venezia, 30 – 20121 Milan (Italie).
 Date de première nomination : 15 mai 2002.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.
 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

Groupe Tod's SpA

International	DDV partecipazioni SRL (Italie) DI.VI. Finanziaria SAPA (Italie) Diego Della Valle & C. SAPA (Italie) Tod's SpA (Italie) Fondazione Della Valle Onlus (Italie)	Administrateur unique Associé Commandité et Administrateur Associé Commandité et Administrateur Président du Conseil d'administration et Administrateur délégué Président du Conseil d'administration
---------------	--	---

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Le Monde Europe SA	Administrateur
International	ACF Fiorentina SpA (Italie) Assicurazioni Generali SpA (Italie) Compagnia Immobiliare Azionaria (Italie) Ferrari SpA (Italie) Marcolin SpA (Italie) RCS Mediagroup SpA (Italie)	Président d'Honneur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur

M. Pierre GODÉ, Vice-Président

Né le 4 décembre 1944 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).
 Date de première nomination : 13 janvier 1989.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 110 708 actions.
 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 Directeur général du groupe Arnault depuis 1986.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA ^[a] Christian Dior SA ^[a] Christian Dior Couture SA Financière Agache SA Financière Jean Goujon SAS Groupe Arnault SAS Les Echos SAS Louis Vuitton Malletier SA	Vice-Président et Administrateur Administrateur Administrateur Président-directeur général Président Directeur général Membre du Conseil de Surveillance Administrateur
--------	--	--

[a] Société française cotée.

France	Raspail Investissements SAS SA du Château d'Yquem Semyrhamis SAS Sevrilux SNC Sofidiv SAS Société Civile du Cheval Blanc	Président Administrateur Membre du Comité de Surveillance Représentant légal de Financière Agache, Gérant Membre du Comité de direction Administrateur
International	LVMH International SA (Belgique) LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) LVMH Publica SA (Belgique) Sofidiv UK Limited (Royaume-Uni)	Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur
Autres		
France	Havas SA ^(a) Redeg SARL Fondation Maeght	Administrateur Gérant Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

International	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon)	Administrateur
---------------	---	----------------

Mme Marie-Josée KRAVIS

Née le 11 septembre 1949 de nationalité américaine.
Adresse professionnelle : The Museum of Modern Art –
11 West 53 Street – NY 10019, New York (États-Unis).
Date de première nomination : 31 mars 2011.
Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.
Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel :
500 actions.

Mme Marie-Josée Kravis est économiste et spécialiste des questions relatives aux politiques publiques et à la planification stratégique. Elle a débuté sa carrière comme analyste financier chez Power Corporation of Canada et a travaillé ensuite auprès du Solliciteur général du Canada et du ministre des Approvisionnements et Services canadien. Membre du Conseil d'administration et du Comité exécutif du Hudson Institute, elle est depuis 2005 Présidente du Museum of Modern Art (MoMA) de New York.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Publicis Groupe SA ^(a)	Membre du Conseil de Surveillance
International	Federal Reserve Bank of New York (États-Unis) Memorial Sloan-Kettering Cancer Center (États-Unis) Qatar Museum Authority (Qatar) The Museum of Modern Art de New York (États-Unis)	Membre du Conseil Consultatif International Administrateur et membre du Comité exécutif Administrateur Présidente

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

International	Ford Motor Co. (États-Unis) Interactive Data Corporation (États-Unis)	Administrateur Administrateur
---------------	--	----------------------------------

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947 de nationalité française.
Adresse professionnelle : Hubert Védrine (HV) Conseil – 21,
rue Jean Goujon – 75008 Paris (France).
Date de première nomination : 13 mai 2004.
Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2013.
Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel :
500 actions.

M. Hubert Védrine a exercé diverses fonctions au sein de l'Administration et du Gouvernement français. Il a notamment été Conseiller diplomatique à 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 (HV) Conseil ».

(a) Société française cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Audiovisuel Extérieur de la France SA	Administrateur
	Hubert Védrine (HV) Conseil SARL	Associé-Gérant
	Ipsos SA ^[a]	Administrateur

1.2. Nominations en qualité d'Administrateur

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : Berluti – 31, rue Marbeuf – 75008 Paris (France).
 Date de première nomination : 11 mai 2006.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 110 964 actions.

M. Antoine Arnault, diplômé d'HEC Montréal et de l'INSEAD, a créé en 2000 une société dans le domaine de l'Internet, Domainoo.com.

En 2002, il cède sa participation dans Domainoo.com et rejoint Louis Vuitton Malletier où il occupe successivement les fonctions de Responsable marketing, domaine dans lequel il a pris d'importantes initiatives, notamment en matière de publicité, puis de Directeur du réseau province de Louis Vuitton France. En 2007, il devient Directeur de la Communication de Louis Vuitton. En 2010, il prend la Direction générale de la maison Berluti. Il est à l'initiative de l'opération « Journées Particulières » qui a permis à 100.000 visiteurs de découvrir l'envers du décor de 25 maisons du Groupe, gratuitement, à la mi-octobre 2011.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Administrateur
	Berluti SA	Président du Directoire
	Les Echos SAS	Membre du Conseil de Surveillance
International	Berluti LLC (États-Unis)	Gérant
	Berluti Hong Kong Company Limited (Hong-Kong)	Administrateur
	Berluti (Shanghai) Company Limited (Chine)	Administrateur
	Manifattura Berluti SRL (Italie)	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	S.D.R.E Société de Distribution Robert Estienne SNC	Représentant légal de Berluti, Gérant-Associé
International	Spot Runner, Inc. (États-Unis)	Membre du Conseil de Surveillance

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926 de nationalité belge.
 Adresse professionnelle : Frère-Bourgeois – 12, rue de la Blanche Borne – 6280 Loverval (Belgique).
 Date de première nomination : 29 mai 1997.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.
 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.

[a] Société française cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Frère-Bourgeois

International	Erbé SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	Financière de la Sambre SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	Frère-Bourgeois SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	Stichting Administratie Kantoor Frère-Bourgeois (Pays-Bas)	Président du Conseil d'administration

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
	Groupe Arnault SAS	Représentant permanent de Belholding Belgium SA, Membre du Comité de direction
	Société Civile du Cheval Blanc	Administrateur

Autres

France	GDF-Suez SA ^(a)	Vice-Président du Conseil d'administration et Administrateur
	Métropole Télévision « M6 » SA ^(a)	Président du Conseil de Surveillance
International	GBL Energy (Luxembourg)	Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Administrateur
	GBL Verwaltung SARL (Luxembourg)	Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Administrateur
	Pargesa Holding SA (Suisse)	Vice-Président, Administrateur délégué et Membre du Comité de direction
	Banque Nationale de Belgique (Belgique)	Régent honoraire

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	Raspail Investissements SA	Administrateur
	Suez SA	Vice-Président du Conseil d'administration et Administrateur
International	Assicurazioni Generali SpA (Italie)	Membre du Comité International
	Fingen SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	GBL Finance (Luxembourg)	Administrateur
	Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique)	Président-directeur général
	Gruppo Banca Leonardo (Italie)	Administrateur

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Moët Hennessy – 65, avenue de la Grande Armée – 75016 Paris (France).

Date de première nomination : 6 juin 1990.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 111 145 actions.

Entré dans la société Jas Hennessy & Co. en 1971 pour prendre en charge le Marketing et les Ventes, M. Gilles Hennessy a participé dès 1977 au lancement d'*Hennessy* sur les marchés japonais, puis chinois, coréen et vietnamien. Il est Vice-Président de Moët Hennessy depuis le 1^{er} septembre 2002.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
	Jas Hennessy & Co. SCS	Membre du Conseil des Commanditaires
	MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Administrateur
	Moët Hennessy SNC	Vice-Président
	Moët Hennessy Investissements SA	Représentant Permanent de Moët Hennessy SNC, Administrateur
International	Innovacion en Marcas de Prestigio SA de CV (Mexique)	Administrateur
	Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd (Singapour)	Administrateur
	Moët Hennessy Belux SA (Belgique)	Administrateur
	Moët Hennessy Danmark A/S (Danemark)	Président du Conseil d'administration
	Moët Hennessy de Mexico SA (Mexique)	Administrateur
	Moët Hennessy Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Moët Hennessy UK Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	Moët Hennessy USA Inc. (États-Unis)	Administrateur

(a) Société française cotée.

AUTRES INFORMATIONS

Gouvernance

International	Polmos Zyrardow (Pologne) The Glenmorangie Company Ltd (Royaume-Uni)	Membre du Comité de direction Administrateur
---------------	---	---

Autres

France	Groupe Alain Crenn K. Hennessy SARL	Administrateur Gérant
--------	--	--------------------------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	Champagne Moët & Chandon SCS France Champagne SA Krug, Vins Fins de Champagne SA Veuve Clicquot Ponsardin SCS	Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires Administrateur Président-directeur général Membre du Conseil des Commanditaires
International	Jas Hennessy & Co. Ltd (Irlande) Millennium Brands Limited (Irlande) Moët Hennessy Do Brasil (Brésil) Schieffelin & Somerset (États-Unis)	Président du Conseil d'administration Administrateur Administrateur Membre du Conseil de Surveillance

Lord POWELL of BAYSWATER

Né le 6 juillet 1941 de nationalité britannique.
Adresse professionnelle : LVMH House – 15 St George Street – W1S 1FH Londres (Royaume-Uni).
Date de première nomination : 29 mai 1997.
Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 550 actions.

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 est membre indépendant du House of Lords au Parlement du Royaume-Uni.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a] Financière Agache SA	Administrateur Administrateur
International	LVMH Services Limited (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration

Autres

International	Capital Generation Partners (Royaume-Uni) Caterpillar Inc. (États-Unis) Hong-Kong Land Holdings (Bermudes) Magna Holdings (Bermudes) Mandarin Oriental International Holdings (Bermudes) Matheson & Co. Ltd (Royaume-Uni) Northern Trust Global Services (Royaume-Uni) Schindler Holding (Suisse) Singapore Millennium Foundation Limited (Singapour) Textron Corporation (États-Unis)	Président du Conseil d'administration Administrateur Administrateur Président du Conseil d'administration Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur
---------------	---	--

M. Yves-Thibault de SILGUY

Né le 22 juillet 1948 de nationalité française.
Adresse professionnelle : YTSEuropaconsultants – 13 bis avenue de la Motte Picquet – 75007 Paris (France).
Date de première nomination : 14 mai 2009.
Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Yves-Thibault de Silguy a exercé différentes fonctions au sein du gouvernement français et auprès de la Communauté

européenne. En 1988, il rejoint le groupe Usinor-Sacilor dont il est Directeur des Affaires Internationales jusqu'en 1993. De 2000 à 2006, il exerce successivement les fonctions de membre du Directoire, Directeur général puis Délégué général de Suez. En juin 2006, il est nommé Président du Conseil d'administration de Vinci, puis, en mai 2010, Vice-Président et Administrateur référent. Il est Président de YTSEuropaconsultants depuis mai 2010.

[a] Société française cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Vinci

France	Société des Autoroutes du Sud de la France Vinci ^(a)	Administrateur Vice-Président du Conseil d'administration et Administrateur référent
--------	--	---

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Sofisport SA VTB Bank (France) SA Ysilop Consulting SARL YTSeuropaconsultants SARL	Président du Conseil de Surveillance Membre du Conseil de Surveillance Gérant Gérant
International	Solvay (Belgique) International Financial Reporting Standards Fondation (IFRS/IASB)	Administrateur Trustee

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

International	Suez-Tractebel (Belgique) VTB (Russie)	Administrateur Administrateur
---------------	---	----------------------------------

M. Francesco TRAPANI, Président de la branche Montres et Joaillerie

Né le 10 mars 1957 de nationalité italienne.

Adresse professionnelle : Bulgari – Lungotevere Marzio, 11 – 00187 Rome (Italie).

Date de première nomination en qualité de Censeur : 31 mars 2011.

Date de cooptation en qualité d'Administrateur : 30 juin 2011.

Date de fin du mandat d'Administrateur : Assemblée générale annuelle tenue en 2013.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1 561 592 actions.

Au cours des 28 années pendant lesquelles il a exercé les fonctions de Directeur général de Bulgari, Francesco Trapani a fortement développé cette maison, lui permettant d'acquérir une dimension internationale, riche d'un portefeuille diversifié, incluant désormais outre la joaillerie, les montres, les parfums, les accessoires et, plus récemment, l'hôtellerie. Depuis le rapprochement de Bulgari avec le groupe LVMH en juin 2011, Francesco Trapani préside la branche Montres et Joaillerie.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a) Fred Paris SA	Administrateur Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
International	Bulgari SpA (Italie) Bulgari Hotels and Resorts Milano Srl (Italie) Bulgari Hotels and Resorts BV (Pays-Bas) De Beers Diamond Jewellers Limited (Royaume-Uni) Les Ateliers Horlogers Dior SA (Suisse) LVMH Swiss Manufactures SA (Suisse)	Administrateur délégué Directeur général Administrateur Président du Conseil d'administration Administrateur Administrateur

Autres

International	Elystone Capital (Suisse) Esprit Holding (Hong-Kong) UIR – Confindustria Committee (Italie) Comité de soutien des Jeux Olympiques de Rome en 2020 (Italie)	Président du Conseil d'administration Administrateur indépendant Membre Membre
---------------	---	---

(a) Société française cotée.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2007

France	Bulgari France SAS	Administrateur
International	BootB (Italie)	Administrateur
	Bulgari Asia Pacific Ltd (Hong-Kong)	Administrateur
	Bulgari Australia Pty Ltd (Australie)	Administrateur
	Bulgari Belgium SA (Belgique)	Administrateur
	Bulgari Corporation of America (États-Unis)	Administrateur
	Bulgari Espana SA (Espagne)	Administrateur
	Bulgari Hotels and Resorts BV (Pays-Bas)	Administrateur
	Bulgari Malaysia Sdn Bhd (Malaisie)	Administrateur
	Bulgari Montecarlo (Principauté de Monaco)	Administrateur
	Bulgari South Asian Operations SA (Suisse)	Administrateur

1.3. Censeurs

1.3.1. Mandats en cours

M. Paolo BULGARI

Né le 8 octobre 1937 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : Bulgari – Lungotevere Marzio, 11 – 00187 Rome (Italie).
 Date de première nomination : 31 mars 2011.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 8 340 549 actions.

Neveu de Sotirio Bulgari, fondateur de la maison Bulgari, M. Paolo Bulgari débute sa carrière de spécialiste des pierres précieuses au sein de l'entreprise familiale en 1960. Il est Président du groupe Bulgari depuis 1984. Reconnu comme l'un des plus grands experts en pierres précieuses, il est l'âme de la maison et l'inspirateur de l'équipe créative.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Censeur
International	Bulgari SpA (Italie)	Président du Conseil d'administration

M. Patrick HOUËL

Né le 25 juillet 1942 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : 10, avenue Frédéric Le Play – 75007 Paris (France).
 Date de première nomination au sein du Conseil d'administration : 13 mai 2004.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 5 500 actions.

M. Patrick Houël a passé 7 ans au Crédit Lyonnais, avant de devenir Directeur financier de Jas Hennessy & Co. en 1978. En 1983, il est nommé 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, poste qu'il occupe jusqu'en 2004. Il exerce ensuite les fonctions de Conseiller du Président jusqu'en janvier 2008.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^[a]	Censeur
	Guerlain SA	Représentant permanent de LVMH, Administrateur
	L Capital FCPR	Membre du Comité de Surveillance
	L Capital 2 FCPR	Membre du Comité Consultatif
	Le Bon Marché, maison Aristide Boucicaut SA	Représentant permanent de LVMH Finance, Administrateur
	LVMH Fashion Group SA	Représentant permanent de UFIPAR, Administrateur
	Parfums Christian Dior SA	Représentant permanent de LVMH, Administrateur

[a] Société française cotée.

France	SA du Château d'Yquem Wine & Co. SA	Administrateur Représentant permanent de LVMH Fashion Group, Administrateur
International	L Development & Management Limited Hong-Kong (Hong-Kong) L Real Estate SA (Luxembourg) Sociedad Textil Lonía (Espagne)	Administrateur Administrateur Administrateur
Autres		
France	LCL Obligations euro Sicav Mongoual SA	Administrateur Représentant Permanent de la Société Montaigne Jean Goujon, Administrateur
	Objectif Small Caps euro Sicav PGH Consultant SARL Tikehau Investment Management SAS	Administrateur Gérant Membre du Conseil de Surveillance

1.3.2. Nomination

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928 de nationalité américaine.

Adresse professionnelle : Lazard Frères & Co. LLC – 30 Rockefeller Plaza – 62^d Floor – NY 10020 New York (États-Unis).

Date de première nomination en qualité d'Administrateur : 14 mai 2001.

Date de cooptation en qualité de Censeur : 30 juin 2011

Date de fin du mandat de Censeur : Assemblée générale annuelle tenue en 2014.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1 000 actions.

M. Felix 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. Il est Conseiller spécial du Président de Lazard Ltd depuis janvier 2010.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ^(a)	Censeur
Autres		
France	Publicis Groupe SA ^(a)	Membre du Conseil de Surveillance
International	Carnegie Hall (États-Unis) Center for Strategic and International Studies (CSIS) (États-Unis) Council on Foreign Relations (États-Unis) Lazard Ltd (États-Unis)	Vice-Président honorifique du Conseil d'administration Administrateur Conseiller Conseiller spécial du Président

(a) Société française cotée.

2. COMMISSAIRES AUX COMPTES

2.1. Commissaires aux comptes titulaires

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
ERNST & YOUNG et Autres 1, place des Saisons – 92400 Courbevoie – Paris La Défense 1 Représenté par Olivier Breillot et Gilles Cohen	6 juin 1998	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
DELOITTE & ASSOCIÉS 185 avenue Charles de Gaulle – 92524 Neuilly-sur-Seine Cedex Représenté par Thierry Benoit	13 mai 2004	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015

2.2. Commissaires aux comptes suppléants

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
AUDITEX 1, place des Saisons – 92400 Courbevoie – Paris La Défense 1	15 avril 2010	15 avril 2010	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
M. Denis GRISON 61, rue Henri Regnault – 92075 Paris La Défense	6 juin 1986	15 avril 2010	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015

2.3. Honoraires perçus en 2011

(en milliers d'euros, hors taxes)

	ERNST & YOUNG Audit				DELOITTE & ASSOCIÉS			
	2011		2010		2011		2010	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux Comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	1 054	8	1 080	10	713	11	645	12
- Filiales consolidées	7 299	54	6 769	59	3 783	61	3 850	75
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux comptes								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	1 436 ^(a)	11	242	2	256	4	55	1
- Filiales consolidées	165	1	164	2	288	5	145	3
	9 954	74	8 255	73	5 040	81	4 695	91
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
Juridique, fiscal, social ^(b)	2 750	20	2 729	24	366	6	383	7
Autres	738	6	277	3	810 ^(c)	13	91	2
	3 488	26	3 006	27	1 176	19	474	9
Total	13 442	100	11 261	100	6 216	100	5 169	100

(a) Augmentation en 2011 provenant des audits post-acquisition de Bulgari et Ile de Beauté.

(b) Principalement, prestations d'assistance fiscale hors de France, permettant aux filiales et aux expatriés du Groupe de répondre à leurs obligations déclaratives locales.

(c) Augmentation en 2011 provenant de prestations d'assistance informatique résiduelles fournies à Bulgari.

3. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration est l'instance stratégique de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton. Compétence, intégrité et responsabilité de ses membres, clarté, collégialité 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 l'accroissement de la valeur de l'entreprise et la défense de l'intérêt social.

Le Conseil d'administration de LVMH 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.

La Société se réfère au Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées publié par l'AFEP et le MEDEF.

Chacun de ces éléments contribue à la performance et à la transparence de l'entreprise nécessaires à la pérennité de la confiance des actionnaires et des partenaires dans le Groupe.

3.1. Composition du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration est composé d'un nombre maximum de dix-huit membres dont un tiers, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la Société.

L'indépendance d'un Administrateur est appréciée par le Conseil d'administration en fonction notamment des critères figurant dans le Code de gouvernement d'entreprise AFEP/MEDEF.

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.

3.2. Missions du Conseil d'administration

Outre le choix du mode d'organisation de la Direction générale de la Société et la nomination du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s) de la Société, le Conseil d'administration a pour missions principales de :

- veiller au respect de l'intérêt social de la Société et d'en protéger le patrimoine ;
- définir les grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et d'assurer le suivi de leur mise en œuvre ;
- arrêter les comptes annuels et semestriels ;
- prendre connaissance des caractéristiques essentielles des dispositifs de contrôle interne et de gestion des risques retenus et mis en œuvre par la Société ;
- veiller à ce que les risques majeurs encourus par la Société soient adossés à ses stratégies et à ses objectifs, et qu'ils soient pris en compte dans la gestion de la Société ;

- vérifier la qualité, la fiabilité et la sincérité de l'information fournie aux actionnaires sur la Société et le Groupe, et, notamment, s'assurer que le dispositif de pilotage et des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques est de nature à garantir la qualité et la fiabilité de l'information financière publiée par la Société et à donner une image fidèle et sincère des résultats et de la situation financière de la Société et du Groupe ;
- fixer les principes et les modalités d'organisation du Comité d'audit de la performance ;
- diffuser les valeurs collectives qui animent l'entreprise et ses salariés, qui régissent les relations avec les consommateurs, ainsi que les rapports avec les partenaires et les fournisseurs de la Société et du Groupe ;
- promouvoir la cohérence du développement économique du Groupe 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 il agit.

3.3. 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 lui permettre d'exercer pleinement le mandat qui lui a été conféré, chaque Administrateur reçoit de la Direction générale les informations nécessaires à l'exercice de son mandat.

Les décisions prises par le Conseil d'administration sont adoptées à la majorité simple et ont un caractère collégial.

S'ils le jugent opportun, les Administrateurs indépendants peuvent se réunir en dehors de la présence des autres membres du Conseil d'administration.

Sur des sujets spécifiques ou d'importance, le Conseil d'administration peut désigner en son sein un ou plusieurs comités *ad hoc*.

Chaque membre du Conseil d'administration agit dans l'intérêt et pour le compte de l'ensemble des actionnaires.

Une fois par an, le Conseil d'administration fait le point sur son fonctionnement et informe les actionnaires de ses conclusions dans un rapport à l'Assemblée. Il est procédé, au minimum une fois tous les trois ans, à une évaluation formalisée des travaux du Conseil, de son organisation et de son fonctionnement.

3.4. 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 légaux ou réglementaires 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. En outre, les Administrateurs s'interdisent de procéder à toutes interventions en bourse sur les titres de la Société ainsi qu'à tout exercice d'options pendant une période :

- débutant le 30^e jour calendaire précédant la publication des comptes consolidés annuels et semestriels de la Société et s'achevant le lendemain de ladite publication ;
- débutant le 15^e jour calendaire précédant la publication du chiffre d'affaires consolidé trimestriel de la Société et s'achevant le lendemain de ladite publication.

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 mise en examen, 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.

3.5. 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, en tenant compte de leurs responsabilités particulières au sein du Conseil (e.g. présidence, vice-présidence, participation à tout comité créé au sein du Conseil).

Le paiement d'une partie de ces jetons est subordonné à la participation des Administrateurs aux réunions du Conseil d'administration et, le cas échéant, du ou des Comités dont ils sont membres selon une règle définie par le Conseil d'administration sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toute mission spécifique qui leur est confiée. Son montant est déterminé par le Conseil d'administration et communiqué aux Commissaires aux comptes de la Société.

3.6. 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.

4. RÉGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Est constitué au sein du Conseil d'administration un comité spécialisé en charge de l'audit de la performance, agissant sous la responsabilité du Conseil d'administration.

4.1. Composition du Comité

Le Comité d'audit de la performance est composé de trois Administrateurs au moins, désignés par le Conseil d'administration. Les deux tiers au moins de ses membres sont des Administrateurs indépendants. La majorité des membres du Comité doit avoir exercé des fonctions de Direction générale ou équivalentes ou détenir des compétences particulières en matière financière ou comptable.

Le Conseil d'administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci. La durée maximum des fonctions de Président du Comité est de cinq ans.

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 s'il vient d'une société dans le comité analogue de laquelle siège un Administrateur de LVMH.

4.2. Rôle du Comité

Le Comité a pour missions principales :

- d'assurer le suivi du processus d'élaboration de l'information financière, notamment des comptes sociaux et consolidés, et de veiller à la qualité de celle-ci ;
- d'assurer le suivi du contrôle légal des comptes sociaux et consolidés par les Commissaires aux comptes, dont il étudie les conclusions et recommandations ;
- de veiller à l'existence, l'adéquation, l'application et l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, d'assurer le suivi de l'efficacité de ces derniers et d'adresser des recommandations à la Direction générale sur les priorités et les orientations générales de l'Audit interne ;
- d'examiner les risques pesant sur l'indépendance des Commissaires aux comptes et, le cas échéant, les mesures de sauvegarde prises pour atténuer les risques éventuels d'atteinte à leur indépendance, d'émettre un avis sur les honoraires versés aux Commissaires aux comptes et ceux versés au réseau auquel ils appartiennent par la Société et les sociétés qu'elle contrôle ou qui la contrôlent, que ce soit au titre de leur mission de commissariat aux comptes ou au titre de missions accessoires, de piloter la procédure de sélection des Commissaires aux comptes de la Société et d'émettre une recommandation sur les nominations à proposer à l'Assemblée générale au vu des résultats de cette consultation ;
- d'analyser l'exposition de la Société et du Groupe aux risques et en particulier à ceux identifiés par les systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que les engagements hors bilan significatifs de la Société et du Groupe ;
- de prendre connaissance des conventions majeures conclues par une société du Groupe ainsi que des conventions entre une société du Groupe et une société tierce ayant pour dirigeant ou principal actionnaire un Administrateur de la société LVMH. Les opérations significatives entrant dans le champ d'application des dispositions de l'article L. 225-38 du Code de commerce font l'objet d'une attestation par un expert indépendant désigné sur proposition du Comité d'audit de la performance ;
- d'évaluer les situations de conflits d'intérêts pouvant affecter un Administrateur et de proposer les mesures propres à les prévenir ou à y remédier.

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 se réunit au minimum deux fois par an, hors la présence du Président du Conseil d'administration, du

Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s), 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.

Avant chaque réunion, un dossier contenant les documents et analyses pertinents relatifs aux différents points à l'ordre du jour de la réunion est adressé à chaque membre du Comité.

Tout document communiqué aux membres du Comité dans le cadre de leurs attributions doit être considéré comme confidentiel tant qu'il n'a pas été rendu public par la Société.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

Chaque réunion du Comité fait l'objet d'un compte-rendu.

4.4. 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, à tout moment, entendre les collaborateurs de la Société responsables de l'établissement des comptes, du contrôle interne, de l'audit interne, de la gestion des risques, de la trésorerie, de la fiscalité et des affaires juridiques ainsi que les Commissaires aux comptes. Ces entretiens peuvent avoir lieu hors la présence des responsables des fonctions comptables et financières.

Après en avoir informé le Président du Conseil d'administration, le Comité peut recourir à des experts extérieurs si la situation l'exige.

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. RÉGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Est constitué au sein du Conseil d'administration un comité spécialisé en charge de la sélection des Administrateurs et des rémunérations agissant sous la responsabilité du Conseil d'administration.

5.1. Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des rémunérations 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 s'il vient d'une société dans le comité analogue de laquelle siège un Administrateur de LVMH.

5.2. Rôle du Comité

Le Comité a pour mission d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures et renouvellements 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. Il débat notamment de la qualité d'Administrateur indépendant des membres du Conseil au regard des critères applicables.

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. Il est l'instance de réflexion en charge de définir les mesures à prendre en cas de vacance imprévisible de l'un de ces postes.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société et dresse un tableau récapitulatif des jetons de présence effectivement payés à chaque Administrateur.

Il fait des propositions au Conseil sur la rémunération, fixe et variable et sur les avantages en nature (i) du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du (des) Directeur(s) général (aux) délégué(s) de la Société ainsi que (ii) des Administrateurs et Censeurs liés à la Société ou à l'une de ses filiales par un contrat de travail; le cas échéant, il donne également un avis sur les contrats de consultant conclus, directement ou indirectement, avec ceux-ci. Le Comité fait des recommandations quant aux critères qualitatifs et quantitatifs sur la base desquels sera déterminée la partie variable de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux ainsi que sur les conditions de performance applicables à l'exercice des options et à l'attribution définitive des actions gratuites.

Le Comité se prononce sur la politique générale d'attribution d'options et d'actions gratuites au sein du Groupe et fait des propositions sur leur octroi aux dirigeants mandataires sociaux et aux Administrateurs et Censeurs liés à la Société ou à l'une de ses filiales par un contrat de travail.

Il prend position sur les éventuels régimes de retraite complémentaire mis en place par la Société au bénéfice de ses dirigeants et formule des recommandations sur les éventuelles indemnités de départ qui pourraient être versées à un dirigeant mandataire social à l'occasion de la cessation de ses fonctions.

Le Comité fournit un avis sur les rémunérations, fixes et variables, immédiates et différées, ainsi que sur les avantages en nature et les attributions d'options et d'actions gratuites des membres du Comité exécutif du Groupe et des autres dirigeants des principales filiales du Groupe. À cet égard, le Comité peut demander communication des accords conclus et de toutes données comptables relatives aux paiements effectués.

Le Comité s'informe également des procédures concernant les versements d'honoraires et remboursements de frais aux prestataires extérieurs et fait toutes recommandations à ce sujet.

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, aux actions gratuites qui leur ont été attribuées au cours de l'exercice ainsi qu'aux options octroyées ou levées par ceux-ci au cours de cette même période. 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.

5.3. 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 à 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.

5.4. Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

5.5. 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.

6. STATUTS

Les statuts présentés ci-après tiennent compte des modifications proposées à l'Assemblée générale du 5 avril 2012.

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'activités visés au paragraphe 1 ci-dessus.

Article 3 - Dénomination

La Société a pour dénomination :
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

Les actes et documents émanant de la Société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée

ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société anonyme » ou des initiales « SA » et de l'énonciation du montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la Société au Registre du commerce et des sociétés.

Article 4 - Siège social

Le siège social est à Paris – 75008, 22 avenue Montaigne. Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée générale ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée générale extraordinaire.

Article 5 - Durée

La Société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, expirera le 31 décembre 2021, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

Article 6 - Capital

1. Le capital social est fixé à la somme de 152 300 959,50 euros (cent cinquante-deux millions trois cent mille neuf cent cinquante-neuf euros et cinquante centimes) divisé en 507 669 865 (cinq cent sept millions six cent soixante-neuf mille huit cent soixante-cinq) 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.

18 037 011 actions de EUR 0,30 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par Messieurs Paolo Bulgari, Nicola Bulgari et Francesco Trapani de 166 382 348 actions de la société Bulgari, évaluées à EUR 2 038 183 763.

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 six 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, dix 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 un autre actionnaire, son conjoint, le partenaire avec lequel il a conclu un pacte civil de solidarité ou par toute autre personne physique ou morale de son choix. Le mandat ainsi que, le cas échéant sa révocation, sont écrits et communiqués à la société.

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, bénéfiques ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de trois ans ci-dessus mentionné, 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 au degré successible. Il en est de même en cas de transfert par suite d'une fusion ou d'une scission d'une société actionnaire.

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 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.

AUTRES INFORMATIONS

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital ; Bourse

1.	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ	238
1.1.	Rôle de la Société dans le Groupe	238
1.2.	Informations générales	238
1.3.	Informations complémentaires	238
2.	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL	239
2.1.	Capital social	239
2.2.	Capital autorisé	239
2.3.	État des délégations et autorisations données au Conseil d'administration	239
2.4.	Identification des porteurs de titres	239
2.5.	Titres non représentatifs du capital	239
2.6.	Titres donnant accès au capital	239
2.7.	Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices	240
3.	RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE	240
3.1.	Actionnariat de la Société	240
3.2.	Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices	241
3.3.	Nantissements d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires	241
3.4.	Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société	242
4.	MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH	242
4.1.	Marché de l'action LVMH	242
4.2.	Programme de rachat d'actions	243
4.3.	Marché des obligations LVMH	243
4.4.	Dividende	243
4.5.	Évolution du capital social	244
4.6.	Performance par action	244

1. RENSEIGNEMENTS 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.

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.

1.2. Informations générales

Le texte complet des statuts figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

Dénomination sociale (article 3 des statuts) : LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton.

Siège social (article 4 des statuts) : 22, avenue Montaigne, 75008 Paris. Téléphone : 33 (1) 44 13 22 22.

Forme juridique (article 1 des statuts) : société anonyme.

Législation de la Société (article 1 des statuts) : Société régie par le droit français.

1.3. Informations complémentaires

Le texte complet des statuts figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* » du Document de référence.

Objet social (article 2 des statuts) : toute prise d'intérêt dans toute société ou groupement ayant notamment pour activité le commerce des vins de champagne, des cognacs et autres alcools, de tous produits de parfumerie et de cosmétique ; la fabrication et la vente d'articles de maroquinerie, habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ; l'exploitation de domaines viticoles ; l'exploitation de tout droit de propriété intellectuelle.

Exercice social (article 26 des statuts) : du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Répartition statutaire des bénéfices (article 28 des statuts) : il est d'abord prélevé sur le bénéfice distribuable la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à 5 % du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent. 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 solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

L'Assemblée générale peut également décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la

Pour l'exercice 2011, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 61,7 millions d'euros au titre de l'assistance de gestion.

LVMH assure également la gestion de la dette financière à long terme du Groupe et du risque de taux associé, ainsi que des opérations de change pour son propre compte.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

Registre du Commerce et des Sociétés : la Société est identifiée au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro 775 670 417 Paris. Code APE : 6420Z.

Date de constitution – Durée (article 5 des statuts) : LVMH a été constituée le 1^{er} janvier 1923 pour une durée de 99 ans expirant le 31 décembre 2021, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires.

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.

disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle.

Assemblées générales (article 23 des statuts) : les Assemblées générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur.

Droits, privilèges et restrictions attachés aux actions (articles 6, 8, 23 et 28 des statuts) : les actions sont toutes de même catégorie, nominative ou au porteur.

Chaque action donne droit à une quotité proportionnelle dans la propriété de l'actif social, et dans le partage des bénéfices et du *boni* de liquidation. Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit, les actionnaires font leur affaire personnelle du regroupement du nombre d'actions nécessaire.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions 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 ainsi qu'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 peut être supprimé par décision de l'Assemblée générale extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

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 1 % doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins 1 %. Elle cesse lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant la modification des droits des actionnaires à des conditions plus strictes que la loi.

Dispositions régissant les modifications du capital social : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant les modifications du capital à des conditions plus strictes que la loi.

2. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL

2.1. Capital social

Au 31 décembre 2011, le capital social de la Société s'élevait à 152 344 687,20 euros divisé en 507 815 624 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées.

Le Conseil d'administration, dans sa séance du 2 février 2012, a constaté l'augmentation du capital social résultant au 31 décembre 2011 de levées d'options de souscription

d'actions puis décidé de réduire le capital social d'un nombre équivalent à celui des actions émises. Au 2 février 2012, le capital social s'élevait à 152 300 959,50 euros divisé en 507 669 865 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées. Parmi ces 507 669 865 actions, 224 594 325 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.2. Capital autorisé

Au 31 décembre 2011, le capital autorisé de la Société s'élevait à 202 776 668,70 euros divisé en 675 922 229 actions de 0,30 euro de valeur nominale.

Le capital autorisé correspond au montant maximum que pourrait atteindre le capital social en cas d'utilisation par

le Conseil d'administration de la totalité des autorisations et délégations de compétence votées par l'Assemblée générale lui permettant d'en augmenter le montant.

2.3. État des délégations et autorisations données au Conseil d'administration

Cet état figure au point 4.1 « État des délégations et autorisations en cours » du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration*

– La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence.

2.4. Identification des porteurs de titres

L'article 25 des statuts autorise la Société à mettre en œuvre une procédure d'identification des détenteurs de titres.

2.5. Titres non représentatifs du capital

La Société n'a pas émis d'actions non-représentatives du capital social.

2.6. 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 de gestion du Conseil d'administration* – La société LVMH

Moët Hennessy - Louis Vuitton » du Document de référence, n'était en vie au 31 décembre 2011.

2.7. Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)

	Nature des opérations	Nombre d'actions	Variation du capital		Capital après opération	
			Nominal	Prime	Montant	Nombre cumulé d'actions
Au 31 décembre 2008					146 981	489 937 410
Exercice 2009	Émission d'actions ^(a)	88 960	27	4 796	147 008	490 026 370
"	Annulation d'actions	88 960	(27)	(4 166)	146 981	489 937 410
"	Émission d'actions ^(a)	468 244	140	25 331	147 122	490 405 654
Exercice 2010	Émission d'actions ^(a)	1 003 100	300	60 947	147 422	491 408 754
"	Annulation d'actions	1 775 900	(532)	(100 522)	146 889	489 632 854
"	Émission d'actions ^(a)	1 009 378	302	58 434	147 192	490 642 232
Exercice 2011	Émission d'actions ^(a)	1 250 076	375	82 908	147 567	491 892 308
"	Émission d'actions ^(b)	18 037 011	5 411	2 032 773	152 978	509 929 319
"	Annulation d'actions	2 259 454	(678)	(105 816)	152 300	507 669 865
"	Émission d'actions ^(a)	145 759	44	10 623	152 344	507 815 624
Au 31 décembre 2011					152 344	507 815 624

(a) Dans le cadre de levées d'options de souscription d'actions.

(b) Dans le cadre de l'apport de titres Bulgari Spa.

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1. Actionnariat de la Société

Au 31 décembre 2011, le capital social était constitué de 507 815 624 actions :

- 231 571 046 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 22 622 892 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 253 621 686 actions étaient au porteur.

Compte tenu des titres auto-détenus, 498 278 946 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 224 575 071 actions d'un droit de vote double.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ^(b)	% du capital	% des droits de vote
Groupe familial Arnault ^(a)	236 018 646	450 909 333	46,48	62,38
Autres actionnaires	271 796 978	271 944 684	53,52	37,62
Total au 31 décembre 2011	507 815 624	722 854 017	100,00	100,00

(a) Compte non tenu des 6 300 000 options d'achat d'actions assimilées à des actions possédées en vertu de l'article L 233-9-1 4° du Code de commerce.

(b) Droits de vote exerçables en Assemblée.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée en décembre 2011 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 100 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 1 000 actions, la Société compte environ 4 735 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 69,2 % et 30,8 % du capital (voir Rapport annuel 2011 « Structure du capital »).

Sous réserve de ce qui est indiqué au paragraphe 3.4. ci-dessous, à la connaissance de la Société :

- aucun actionnaire ne détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2011 ;
- il n'existe aucun 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 2011, les dirigeants et membres du Conseil d'administration détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 2 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 31 décembre 2011, la Société détenait 9 536 678 de ses propres actions. 2 039 665 actions étaient comptabilisées en valeurs mobilières de placement, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'options d'achat et de plans d'attribution d'actions gratuites. 7 497 013 actions étaient comptabilisées 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 2011, la Société détenait également 100 000 « calls » américains venant en couverture de plans d'options d'achat.

Au 31 décembre 2011, 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, moins de 0,5 % du capital social.

Au cours de l'exercice 2011, Messieurs Paolo et Nicola Bulgari ainsi que les sociétés BNP Paribas SA, BNP Paribas Asset Management et Qatar Holding, le groupe Amundi et le groupe

MFS ont informé la Société de différents franchissements à la hausse et/ou à la baisse de seuils statutaires compris entre 1 % et 3 % du capital. Aux termes des dernières notifications reçues en 2011, Messieurs Paolo et Nicola Bulgari détenaient respectivement 1,64 % et 1,60 % du capital ainsi que 1,15 % et 1,13 % des droits de vote, le groupe Amundi détenait 2,53 % du capital et 1,78 % des droits de vote. Le groupe MFS détenait 2,01 % du capital et 1,07 % des droits de vote, Qatar Holding détenait 1,03 % du capital et moins de 1 % des droits de vote, BNP Paribas SA et BNP Paribas Asset Management détenaient moins de 1 % du capital et 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 2011 et au 16 février 2012.

Les principaux actionnaires de la Société disposent de droits de vote identiques à ceux des autres actionnaires.

Afin d'assurer le respect des droits de chacun des actionnaires, la Charte du Conseil d'administration prévoit la nomination d'au moins un tiers d'Administrateurs indépendants. En outre, le Comité d'audit de la performance doit compter au moins deux tiers de membres indépendants et le Comité de sélection des administrateurs et des rémunérations une majorité de membres indépendants.

3.2. Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2011			Au 31 décembre 2010			Au 31 décembre 2009		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ^(a)	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ^(a)	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ^(a)
Groupe familial Arnault dont :	236 018 646 ^(b)	46,48	62,38	235 840 311	48,07	63,95	234 464 920	47,81	63,94
Financière Jean Goujon	207 821 325	40,92	57,50	207 821 325	42,36	59,01	207 821 325	42,38	59,32
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées	28 197 321	5,56	4,88	28 018 986	5,71	4,94	26 643 595	5,43	4,63
Auto-détention	9 536 678	1,88	-	11 939 973	2,43	-	16 080 093	3,28	-
Public au nominatif	20 394 824	4,02	3,04	3 334 178	0,68	0,88	4 883 770	0,99	1,36
Public au porteur	241 865 476	47,62	34,58	239 527 770	48,82	35,17	234 976 871	47,92	34,70
Total	507 815 624	100,00	100,00	490 642 232	100,00	100,00	490 405 654	100,00	100,00

(a) Droits de vote exerçables en Assemblée.

(b) Compte non tenu des 6 300 000 options d'achat d'actions assimilées à des actions possédées en vertu de l'article L 233-9-1 4° du Code de commerce

La dilution de la participation du groupe familial Arnault en 2011 résulte pour l'essentiel de l'augmentation de capital

réalisée le 30 juin 2011 en vue de rémunérer l'apport des titres Bulgari Spa détenus par la famille Bulgari.

3.3. Nantissements d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires

La Société n'a connaissance d'aucun nantissement portant sur des actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires.

3.4. Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société

Aux termes de déclarations publiées par l'AMF le 9 décembre 2011, les personnes composant le groupe familial Arnault, de concert avec la société Groupe Arnault SAS, contrôlée par elles à hauteur de 93,2 % du capital (actions privées de droits de vote déduites), détenaient à cette date, directement et indirectement, en ce compris les actions assimilées au sens de l'article L. 233-9 du Code de commerce, 47,72 % du capital de la société et 63,55 % des droits de vote.

Au 31 décembre 2011, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société, représentant 40,92 %

du capital et 57,50 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour principale activité la détention de titres LVMH.

Financière Jean Goujon est détenue à 100 % par Christian Dior SA, elle-même contrôlée, directement et indirectement, à hauteur de 70,35 % de son capital par le groupe familial Arnault. Christian Dior SA, cotée sur l'Euronext Paris de Nyse Euronext, est la mère de Christian Dior Couture SA.

4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH

4.1. Marché de l'action LVMH

Les actions de la Société sont cotées sur 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 NYSE Liffe.

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.

À fin décembre, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 56 milliards d'euros, ce qui place LVMH au 3^e rang du CAC 40.

298 145 831 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2011 pour un montant total de 34 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 160 101 titres.

Depuis le 23 septembre 2005, LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA a confié à un établissement financier la mise en œuvre d'un contrat de liquidité conforme à la Charte de déontologie de l'AFEI approuvée par l'Autorité des marchés financiers par décision du 22 mars 2005, et publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires du 1^{er} avril 2005.

Nombre de titres et capitaux échangés sur Euronext Paris et évolution des cours depuis douze mois

	Cours d'ouverture premier jour <i>(en euros)</i>	Cours de clôture dernier jour <i>(en euros)</i>	Cours ^(a) le plus haut <i>(en euros)</i>	Cours ^(a) le plus bas <i>(en euros)</i>	Nombre de titres échangés	Capitaux échangés <i>(en milliards d'euros)</i>
2011 Janvier	124,50	114,05	125,35	110,90	21 538 619	2,5
Février	114,70	114,25	121,20	110,90	20 232 014	2,3
Mars	115,20	111,70	117,80	97,67	35 245 385	3,8
Avril	112,85	121,25	121,65	109,00	16 352 442	1,9
Mai	122,30	120,90	124,25	115,65	18 989 370	2,3
Juin	120,95	124,10	124,20	110,80	20 308 106	2,4
Juillet	123,00	127,95	132,65	119,40	20 144 885	2,5
Août	129,00	117,95	131,65	102,50	37 373 606	4,2
Septembre	118,90	99,65	119,95	98,05	33 925 361	3,7
Octobre	97,93	120,25	125,40	94,16	27 209 436	3,0
Novembre	118,00	116,60	121,05	105,05	25 933 037	2,9
Décembre	116,50	109,40	118,60	103,20	20 893 570	2,3

Source Euronext.

(a) Cours en séance.

4.2. Programme de rachat d'actions

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par les Assemblées générales du 15 avril 2010 et 31 mars 2011, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2011, les achats en bourse de titres LVMH par LVMH SA ont représenté 2 697 370 de ses propres actions, soit 0,5 % de son

capital. LVMH a également procédé en 2011 à l'exercice de 200 000 calls sur ses propres titres. Les cessions d'actions, les levées d'options, les attributions d'actions gratuites et les annulations de titres ont porté sur l'équivalent de 5 300 665 actions LVMH.

4.3. Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton non échues au 31 décembre 2011, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse.

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Coupon
USD	125 000 000	2011	2013	variable
USD	125 000 000	2011	2013	variable
EUR	500 000 000	2011	2018	4 %
EUR	500 000 000	2011	2015	3,375 %
EUR	250 000 000	2009	2015	4,5 %
EUR	1 000 000 000	2009	2014	4,375 %
EUR	760 000 000	2005	2012	3,375 %

Obligations cotées à Zurich

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Coupon
CHF	200 000 000	2008	2015	4,0 %
CHF	300 000 000	2007	2013	3,375 %

4.4. Dividende

Il est proposé de distribuer un dividende de 2,60 euros par action au titre de l'exercice 2011, en progression de 0,50 euro par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2010.

Sur la base d'un nombre d'actions de 507 815 624 composant le capital au 31 décembre 2011, la distribution totale de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton s'élèvera ainsi à 1 320 millions d'euros au titre de l'exercice 2011, avant effet de l'auto-détention.

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.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2007 à 2011

Année	Dividende brut par action ^(a)	Dividendes mis en distribution
	(en euros)	(en millions d'euros)
2011 ^(b)	2,60	1 320
2010	2,10	1 030
2009	1,65	809
2008	1,60	784
2007	1,60	784

(a) Hors avoirs fiscaux ou crédits d'impôt prévus par la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

(b) Proposition soumise à l'Assemblée générale du 5 avril 2012.

4.5. Évolution du capital social

19 432 846 actions ont été émises au cours de l'exercice, dont 18 037 011 actions dans le cadre de l'augmentation de capital au 30 juin 2011 venant en rémunération des titres Bulgari apportés par les actionnaires familiaux et 1 395 835 du fait de

levées d'options de souscription d'actions. 2 259 454 actions ont été annulées, ce qui porte le capital social à 507 815 624 actions au 31 décembre 2011.

4.6. Performance par action

<i>(en euros)</i>	2011	2010	2009
Résultat net, part du Groupe après dilution	6,23	6,32	3,70
Dividende brut	2,60	2,10	1,65
Progression/année précédente	23,8%	27,3%	3,1%
Cours le plus haut	132,65	129,05	79,27
Cours le plus bas	94,16	74,19	39,08
Cours au 31 décembre	109,40	123,10	78,38
Variation/année précédente	- 11,1%	57,1%	64,1%

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 5 AVRIL 2012

1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	246
2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	248
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL	251
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUTORISATION D'ATTRIBUTION D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D' ACTIONS	252
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE	253

1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

Première 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 2011, 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 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 2011, 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.

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 2011 de la façon suivante :

<i>(en euros)</i>	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31/12/2011	2 325 509 520,49
Dotation à la réserve légale	(4 372,77)
Report à nouveau	3 907 924 154,54
Montant du résultat distribuable	6 233 429 302,26
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5%, soit 0,015 euro par action	7 617 234,36
Dividende complémentaire de 2,585 euros par action	1 312 703 388,04
Report à nouveau	4 913 108 679,86
	6 233 429 302,26

Pour mémoire, au 31 décembre 2011, la Société détient 9 536 678 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 481,5 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 2,60 euros par action. Un acompte sur dividende de 0,80 euro par action ayant été distribué le 2 décembre 2011, le solde est de 1,80 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 25 avril 2012.

Conformément à l'article 158 du Code général des impôts, ce dividende ouvre droit, pour les résidents fiscaux français personnes physiques, à un abattement de 40 %.

Enfin, 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 brut du dividende par action versé au titre des trois derniers exercices s'est élevé à :

Exercice	Nature	Date de mise en paiement	Dividende brut	Abattement fiscal ^(a)
<i>(en euros)</i>				
2010	Acompte	2 décembre 2010	0,70	0,28
	Solde	25 mai 2011	1,40	0,56
	Total		2,10	0,84
2009	Acompte	2 décembre 2009	0,35	0,14
	Solde	25 mai 2010	1,30	0,52
	Total		1,65	0,66
2008	Acompte	2 décembre 2008	0,35	0,14
	Solde	25 mai 2009	1,25	0,50
	Total		1,60	0,64

(a) Pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France.

Cinquième résolution**Ratification de la cooptation de M. Francesco Trapani en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale ratifie la cooptation de M. Francesco Trapani en qualité d'Administrateur en remplacement de M. Felix G. Rohatyn, démissionnaire et ce, pour la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des Actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2013.

Sixième résolution**Ratification de la cooptation de M. Felix G. Rohatyn en qualité de Censeur**

L'Assemblée générale ratifie la cooptation de M. Felix G. Rohatyn en qualité de Censeur en remplacement de M. Francesco Trapani, démissionnaire et ce, pour la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des Actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2014.

Septième résolution**Nomination de M. Antoine Arnault en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer M. Antoine Arnault en qualité d'Administrateur pour une durée de trois années, 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 2015.

Huitième résolution**Nomination de M. Albert Frère en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer M. Albert Frère en qualité d'Administrateur 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 2015.

Neuvième résolution**Nomination de M. Gilles Hennessy en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer M. Gilles Hennessy en qualité d'Administrateur 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 2015.

Dixième résolution**Nomination de Lord Powell of Bayswater en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer Lord Powell of Bayswater en qualité d'Administrateur 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 2015.

Onzième résolution**Nomination de M. Yves-Thibault de Silguy en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer M. Yves-Thibault de Silguy en qualité d'Administrateur 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 2015.

Douzième résolution**Fixation du montant des jetons de présence**

L'Assemblée générale, sur proposition du Conseil d'administration, décide de fixer à EUR 1 260 000 le montant total des jetons de présence qui seront alloués aux membres du Conseil d'administration pour l'exercice en cours et pour chacun des exercices suivants, jusqu'à nouvel avis.

Treizième résolution**Autorisation à donner au Conseil d'administration d'intervenir sur les actions de la Société**

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 et du Règlement européen n° 2273/2003 du 22 décembre 2003.

Les acquisitions d'actions pourront être réalisées en vue, notamment, de (i) l'animation du marché (par achat ou vente) dans le cadre d'un contrat de liquidité mis en place par la Société, (ii) leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions d'actions gratuites 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 la Société ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues par le Code de commerce, notamment aux articles L. 225-180 et L.225-197-2, (iii) 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, (iv) leur annulation sous réserve de l'adoption de la 14^e résolution ou (v) leur conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.

Le prix maximum d'achat par la Société de ses propres actions est fixé à 200 euros par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution gratuite d'actions ainsi qu'en cas de division ou de 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, ajusté des opérations affectant le capital social postérieurement à la présente Assemblée étant précisé (i) que dans le cadre de l'utilisation de la présente autorisation, le nombre d'actions auto-détenues devra être pris en considération afin que la Société reste en permanence dans la limite d'un nombre d'actions auto-détenues au maximum égal à 10 % du capital social et (ii) que le nombre d'actions auto-détenues pour être remises en paiement ou en échange dans le cadre d'une opération de fusion, de scission ou d'apport ne pourra excéder 5 % du capital apprécié à la date de l'opération.

Cette limite de 10 % du capital social correspondait, au 31 décembre 2011, à 50 781 562 actions. Le montant total

maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 10,1 milliards d'euros.

Les opérations d'acquisition d'actions décrites ci-dessus, ainsi que la cession ou le transfert de ces actions, pourront être effectuées par tout moyen compatible avec la loi et la réglementation en vigueur, y compris par l'utilisation d'instruments financiers dérivés et par acquisition ou cession de blocs.

En vue d'assurer l'exécution de la présente autorisation, tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'administration. Le Conseil

pourra déléguer au Directeur général, ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur général délégué, 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 31 mars 2011, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Quatorzième résolution

Autorisation à donner au Conseil d'administration de réduire le capital social par annulation d'actions

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 dix-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;
3. 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 ;
4. 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 ;
5. décide que cette autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée générale mixte du 31 mars 2011.

Quinzième résolution

Autorisation à donner au Conseil d'administration de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions aux membres du personnel et aux dirigeants du Groupe

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'administration et du rapport spécial des Commissaires aux comptes,

1. autorise le Conseil d'administration dans le cadre des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice de membres du personnel ou de dirigeants mandataires sociaux de la Société ou des entités qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce, ou de certaines catégories d'entre eux, des options donnant droit soit à la souscription d'actions nouvelles de la Société, à émettre à titre d'augmentation de capital, soit à l'achat d'actions existantes provenant de rachats effectués par la Société, le montant total des options consenties en application de la présente autorisation ne pouvant donner droit à un nombre d'actions représentant plus

de 1 % du capital social de la Société à la date de la présente assemblée étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le plafond global de 50 millions d'euros défini dans la vingt-cinquième résolution approuvée par l'Assemblée générale du 31 mars 2011 ;

2. prend acte que la présente autorisation comporte au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options et sera exécutée dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi et la réglementation en vigueur au jour de l'ouverture des options ;

3. prend acte que l'attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions au Président du Conseil d'administration, au Directeur général ou au(x) directeur(s) général(aux) délégué(s) de la Société ne pourra intervenir que sous réserve du respect des conditions définies par l'article L.225-186-1 du Code de commerce ;

4. décide que le prix de souscription ou d'achat des actions sera fixé par le Conseil d'administration au jour où l'option est consentie conformément aux textes en vigueur à cette date étant précisé que ce prix ne pourra être inférieur à la moyenne des cours cotés aux vingt séances de bourse précédant ledit jour. En outre, s'agissant d'options d'achat d'actions, il ne pourra être inférieur au cours moyen d'achat des actions qui seront remises lors de l'exercice desdites options.

Le prix de souscription ou d'achat des actions sous option ne pourra être modifié sauf dans les cas prévus par la loi, à l'occasion d'opérations financières ou sur titres. Le Conseil d'administration procédera alors, dans les conditions réglementaires, à un ajustement du nombre et du prix des actions sous option pour tenir compte de l'incidence de ces opérations ;

5. décide que, sous réserve, pour les dirigeants mandataires sociaux, de l'application des dispositions de l'article L. 225-185 du Code de commerce, les options devront être levées dans un délai maximum de dix ans à compter du jour où elles seront consenties ;

6. donne tous pouvoirs au Conseil d'administration dans les limites fixées ci-dessus pour :

- arrêter les modalités du ou des plans et fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, ces conditions pouvant

comporter des clauses d'interdiction de revente immédiate de tout ou partie des actions, sans que le délai imposé pour la conservation des titres puisse excéder trois ans à compter de la levée d'option, étant précisé qu'il appartiendra en tout état de cause au Conseil d'administration pour les options attribuées aux dirigeants mandataires sociaux visés à l'article L. 225-185 alinéa 4 du Code de commerce, soit de décider que les actions ne pourront pas être levées par les intéressés avant la cessation de leurs fonctions soit de fixer la quantité des actions issues de la levée des options qu'ils seront tenus de conserver au nominatif jusqu'à la cessation de leurs fonctions,

- en fixer notamment l'époque ou les époques de réalisation,
- assujettir, le cas échéant, l'exercice de tout ou partie des options à l'atteinte d'une ou plusieurs conditions de performance qu'il déterminera,
- arrêter la liste des bénéficiaires des options,
- accomplir, soit par lui-même, soit par mandataire, tous actes et formalités à l'effet de rendre définitive toute augmentation de capital réalisée en vertu de l'autorisation faisant l'objet de la présente résolution,
- modifier les statuts en conséquence et, généralement, faire tout ce qui sera nécessaire ;

7. prend acte que le Conseil d'administration informera chaque année l'Assemblée générale ordinaire des opérations réalisées dans le cadre de la présente résolution, en indiquant le nombre et le prix des options consenties et leurs bénéficiaires, ainsi que le nombre d'actions souscrites ou achetées ;

8. fixe à trente-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;

9. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée générale mixte du 14 mai 2009.

Seizième résolution

Délégation de compétence à donner au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital au profit des salariés du Groupe

L'Assemblée générale, connaissance prise 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, L. 225-138, L. 225 138-1 du Code de commerce et L. 3332-1 et suivants du Code du travail et afin également de satisfaire aux dispositions de l'article L. 225-129-6 du Code de commerce,

1. délègue au Conseil d'administration sa compétence à l'effet (i) de procéder, en une ou plusieurs fois, dans les conditions prévues aux articles L. 3332-18 et suivants du Code du travail, à une augmentation du capital social par émission d'actions ou plus généralement de toutes valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société, réservée aux salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 3344-1 du Code du travail, adhérents à un Plan d'Épargne d'Entreprise (PEE), (ii) de procéder, le cas échéant, à des attributions d'actions de performance ou de valeurs mobilières donnant accès au capital en substitution totale ou partielle de la décote visée au 4 ci-dessous dans les conditions et limites prévues par

l'article L. 3332-21 du Code du travail, étant précisé en tant que de besoin que le Conseil d'administration pourra substituer en tout ou partie à cette augmentation de capital la cession, aux mêmes conditions, de titres détenus par la Société ;

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 d'actions susceptibles de résulter de l'ensemble des actions émises en vertu de la présente délégation, y compris celles résultant des actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital éventuellement attribuées gratuitement en substitution totale ou partielle de la décote dans les conditions fixées par les articles L. 3332-18 et suivants du Code du travail ne pourra être supérieur à 1 % du capital social de la Société à la date de la présente assemblée étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le plafond global de 50 millions d'euros défini dans la vingt-cinquième résolution approuvée par l'Assemblée générale du 31 mars 2011. À ce nombre s'ajoutera, le cas échéant, le nombre d'actions supplémentaires à émettre pour préserver conformément à la loi les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;

4. décide que (i) le prix de souscription des actions nouvelles ne pourra être ni supérieur à la moyenne des premiers cours cotés de l'action ancienne sur le marché réglementé d'Euronext Paris lors des vingt séances précédant le jour de la décision du Conseil d'administration ou du Directeur général fixant la date d'ouverture de la souscription, ni inférieur de plus de 20 % à cette moyenne ; étant précisé que le Conseil d'administration ou le Directeur général pourra, le cas échéant, réduire ou supprimer la décote qui serait éventuellement retenue pour tenir compte, notamment, des régimes juridiques et fiscaux applicables hors de France ou choisir de substituer totalement ou partiellement à cette décote maximale de 20 % l'attribution gratuite d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital et que (ii) le prix d'émission des valeurs mobilières donnant accès au capital sera déterminé dans les conditions fixées par l'article L. 3332-21 du Code du travail ;

5. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions ou aux valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société pouvant être émises en vertu de la présente délégation au profit des salariés visés ci-dessus et de renoncer à tout droit aux actions et valeurs mobilières donnant accès au capital pouvant être attribuées gratuitement sur le fondement de la présente résolution ;

6. confère tous pouvoirs au Conseil d'administration, avec faculté de subdélégation dans les conditions prévues par la loi, pour mettre en œuvre la présente délégation et notamment :

- 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,
- décider si les actions doivent être souscrites directement par les salariés adhérents aux Plans d'Épargne d'Entreprise du Groupe (PEE) ou si elles doivent être souscrites par l'intermédiaire d'un Fonds Commun de Placement d'Entreprise (FCPE) ou d'une SICAV d'Actionariat Salarié (SICAVAS),

- déterminer les sociétés dont les salariés pourront bénéficier de l'offre de souscription,
- déterminer s'il y a lieu de consentir un délai aux salariés pour la libération de leurs titres,
- fixer les modalités d'adhésion au(x) PEE du Groupe, en établir ou modifier le règlement,
- fixer les dates d'ouverture et de clôture de la souscription et le prix d'émission des titres,
- procéder, dans les limites fixées par les articles L. 3332-18 et suivants du Code du travail, à l'attribution d'actions gratuites ou de valeurs mobilières donnant accès au capital et fixer la nature et le montant des réserves, bénéfiques ou primes à incorporer au capital,
- arrêter le nombre d'actions nouvelles à émettre et les règles de réduction applicables en cas de sur-souscription,
- imputer les frais des augmentations de capital social et des émissions d'autres titres donnant accès au capital, sur le montant des primes afférentes à ces augmentations et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation ;

7. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée générale mixte du 31 mars 2011.

Dix-septième 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 modifier les statuts pour prendre en compte les dispositions légales issues du décret du 23 juin 2010 et de l'ordonnance du 9 décembre 2010, et modifie en conséquence le point 1 de l'article 23 des statuts comme suit :

Article 23 – Assemblées Générales

2^e alinéa du point 1 : Modification du délai de convocation, sur deuxième convocation, de l'Assemblée générale des actionnaires pour le porter de six à dix jours.

6^e alinéa du point 1 : Modification des droits de représentation des actionnaires aux assemblées générales comme suit :

« Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées Générales par un autre actionnaire, son conjoint, le partenaire avec lequel il a conclu un pacte civil de solidarité ou par toute autre personne physique ou morale de son choix. Le mandat ainsi que, le cas échéant sa révocation, sont écrits et communiqués à la société. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL

(Quatorzième résolution)

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-209 du Code de commerce dans le 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.

Votre Conseil d'administration vous propose de lui déléguer, pour une période de dix-huit mois à compter du jour de la présente Assemblée, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, par période de vingt-quatre mois, les actions achetées au titre de la mise en œuvre d'une autorisation d'achat par votre société de ses propres actions dans le cadre des dispositions de l'article précité.

Cette autorisation d'achat est par ailleurs soumise à l'approbation de votre Assemblée générale à la treizième résolution.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences conduisent à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, qui n'est pas de nature à porter atteinte à l'égalité des actionnaires, sont régulières.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUTORISATION D'ATTRIBUTION D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D' ACTIONS

(Quinzième résolution)

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton et en exécution de la mission prévue par les articles L.225-177 et R.225-144 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur l'autorisation d'attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions au bénéfice de membres du personnel ou de dirigeants mandataires sociaux de votre société ou des entités qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 du Code de commerce, ou de certaines catégories d'entre eux, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Conseil d'administration vous propose, sur la base de son rapport, de l'autoriser pour une durée de trente-huit mois à compter de la présente Assemblée, à attribuer, en une ou plusieurs fois, des options de souscription ou d'achat d'actions. Le nombre total des options consenties en application de la présente autorisation ne pourra donner droit à acheter ou à souscrire un nombre d'actions représentant plus de 1 % du capital social de votre société à la date de la présente Assemblée, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le plafond global des augmentations de capital défini dans la vingt-cinquième résolution approuvée par l'Assemblée générale du 31 mars 2011.

Il appartient à votre Conseil d'administration d'établir un rapport sur les motifs de l'ouverture des options de souscription ou d'achat d'actions ainsi que sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat. Il nous appartient de donner notre avis sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat des actions.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté notamment à vérifier que les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat des actions sont précisées dans le rapport du Conseil d'administration et qu'elles sont conformes aux dispositions prévues par les textes légaux et réglementaires.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription ou d'achat des actions.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE

(Seizième résolution)

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, et en exécution de la mission prévue par les articles L. 228-92 et 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 émission d'actions ordinaires ou plus généralement de toutes valeurs mobilières donnant accès au capital de la société, avec suppression du droit préférentiel de souscription, réservée aux salariés de la société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 3344-1 du Code du travail, adhérents à un plan d'épargne d'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. 3332-18 et suivants du Code du travail.

Le nombre total d'actions susceptibles de résulter de l'ensemble des actions émises en vertu de la présente délégation, y compris celles résultant des actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital éventuellement attribuées gratuitement en substitution totale ou partielle de la décote dans les conditions fixées par l'article L.3332-18 et suivants du Code du travail, ne pourra être supérieur à 1 % du capital social de la société à la date de la présente Assemblée, étant précisé que ce montant s'imputera sur le montant nominal maximum de 50 millions d'euros fixé à la vingt-cinquième résolution approuvée par l'Assemblée générale du 31 mars 2011.

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 une émission et de supprimer votre droit préférentiel de souscription aux actions ou diverses valeurs mobilières à émettre. 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 suivants 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 mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier le contenu du rapport du Conseil d'administration relatif à cette opération et les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'émission qui serait décidée, 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.

Les conditions définitives dans lesquelles l'émission serait réalisée n'étant pas fixées, nous n'exprimons pas d'avis sur celles-ci 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'utilisation de cette délégation par votre Conseil d'administration.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 16 février 2012

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	256
2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	257
3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	257

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 attestons, à notre connaissance, que les Comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le Rapport de gestion figurant en page 26 présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Nous avons obtenu des Commissaires aux comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Les Commissaires aux comptes ont attiré notre attention, dans leur rapport sur les comptes consolidés de l'exercice 2009 inclus par référence, sur l'application par le Groupe d'IAS 38 amendée (Note 1.2 de l'annexe aux états financiers consolidés) ainsi que, dans leur rapport sur les comptes annuels de l'exercice 2011 de la Société, sur le changement de présentation du compte de résultat décrit dans la Note 2.1 de l'annexe.

Paris, le 14 mars 2012

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 Européenne, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent Document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2010 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 116 à 182 et 183 à 184 du Document de référence 2010 déposé à l'AMF le 9 mars 2011 sous le numéro D. 11-0109;
- les comptes consolidés de l'exercice 2009 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 110 à 175 et 176 à 177 du Document de référence 2009 déposé à l'AMF le 23 mars 2010 sous le numéro D. 10-0150;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2010 et 2009, présentée aux pages 24 à 50 du Document de référence 2010 déposé à l'AMF le 9 mars 2011 sous le numéro D. 11-0109;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2009 et 2008, présentée aux pages 24 à 47 du Document de référence 2009 déposé à l'AMF le 23 mars 2010 sous le numéro D. 10-0150;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2010 établis en application des normes comptables Françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 186 à 205 et 206 à 207 du Document de référence 2010 déposé à l'AMF le 9 mars 2011 sous le numéro D. 11-0109;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2009 établis en application des normes comptables Françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 180 à 199 et 200 à 201 du Document de référence 2009 déposé à l'AMF le 23 mars 2010 sous le numéro D. 10-0150;
- le rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2010, figurant en pages 208 à 209 du Document de référence 2010 déposé à l'AMF le 9 mars 2011 sous le numéro D. 11-0109;
- le rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2009, figurant en pages 202 à 204 du Document de référence 2009 déposé à l'AMF le 23 mars 2010 sous le numéro D. 10-0150.

Les parties non incluses des documents de référence 2010 et 2009 sont, soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par le présent Document de référence.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de la société LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton 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.

Le document de référence de LVMH déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers, ainsi que les communiqués de la Société relatifs aux ventes et aux résultats, les rapports annuels et semestriels, les comptes sociaux et consolidés et l'information relative aux transactions sur actions propres et au nombre total de droits de vote et d'actions peuvent être consultés sur le site Internet de la Société à l'adresse suivante : www.lvmh.fr.

TABLES DE CONCORDANCE

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004	260
2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL	262

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÉGLEMENT EUROPÉEN 809/2004

Rubriques	Pages	Rubriques	Pages
1. Personnes responsables	256	14. Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale	
2. Contrôleurs légaux des comptes	222	14.1. Organes d'administration et de direction	5
3. Informations financières sélectionnées		14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	98; 224
3.1. Informations historiques	2-3; 204	15. Rémunérations et avantages	65-67; 171
3.2. Informations intermédiaires	N/A	16. Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
4. Facteurs de risque	39-44; 152-157	16.1. Date d'expiration des mandats actuels	210-221
5. Informations concernant la Société		16.2. Contrats de service liant les membres des organes d'administration	65-67; 101-102
5.1. Histoire et évolution de la Société	1; 10-23; 238	16.3. Informations sur le Comité d'audit et le Comité des rémunérations	99-100; 224-227
5.2. Investissements	45; 158-160; 168	16.4. Gouvernement d'entreprise	98-102; 223-227
6. Aperçu des activités	9-23	17. Salariés	
7. Organigramme		17.1. Nombre de salariés	70-72
7.1. Description sommaire	6-7	17.2. Participations et stock options	55-60
7.2. Liste des filiales importantes	172-176	17.3. Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	61-62
8. Propriétés immobilières, usines et équipements	46-47	18. Principaux actionnaires	
9. Examen de la situation financière et du résultat	26-38	18.1. Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	240-242
10. Trésorerie et capitaux		18.2. Existence de droits de vote différents	233; 238-241
10.1. Capitaux de l'émetteur	43-44	18.3. Contrôle de l'émetteur	242
10.2. Source et montant des flux de trésorerie	36-38	18.4. Accord connu de l'émetteur dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure entraîner un changement de son contrôle	240-241
10.3. Conditions d'emprunt et structure financière	37; 44; 52; 142; 147-150; 197-199; 243	19. Opérations avec des apparentés	170-171; 201; 207-208
10.4. Restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	N/A	20. Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur	
10.5. Sources de financement attendues	37; 44; 142-143; 150	20.1. Informations financières historiques	114-171; 257
11. Recherche et Développement, brevets et licences	18-19; 45	20.2. Informations financières pro forma	129
12. Information sur les tendances	49	20.3. Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	180-204; 257
13. Prévisions ou estimations du bénéfice	N/A	20.4. Vérification des informations historiques annuelles	177; 205-206; 257

N/A : non applicable

Rubriques	Pages	Rubriques	Pages
20.5. Date des dernières informations financières	31 décembre 2011	22. Contrats importants	N/A
20.6. Informations financières intermédiaires et autres	N/A	23. Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	N/A
20.7. Politique de distribution des dividendes	234; 244	24. Documents accessibles au public	238; 257
20.8. Procédures judiciaires et d'arbitrage	48	25. Informations sur les participations	136-137
20.9. Changement significatif de la situation commerciale ou financière	N/A		
21. Informations complémentaires			
21.1. Capital social			
21.1.1. Capital souscrit et informations pour chaque catégorie d'actions	140; 239-240		
21.1.2. Actions non représentatives du capital	239		
21.1.3. Actions détenues par l'émetteur ou ses filiales	141; 192-193		
21.1.4. Valeurs mobilières convertibles, échangeable ou assorties de bons de souscription	239		
21.1.5. Droits d'acquisition, capital souscrit mais non libéré, engagements d'augmentation de capital	N/A		
21.1.6. Options sur le capital et accords prévoyant de placer le capital sous option	55-60; 143-146; 193-194		
21.1.7. Historique du capital social	140; 240		
21.2. Acte constitutif et statuts			
21.2.1. Objet social	227; 238		
21.2.2. Dispositions concernant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	228-232		
21.2.3. Droits, privilèges et restrictions sur les actions existantes	228; 238		
21.2.4. Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires	239		
21.2.5. Conditions régissant les assemblées générales	232-233; 238		
21.2.6. Disposition pouvant retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle	N/A		
21.2.7. Disposition fixant le seuil au-dessus duquel toute participation doit être divulguée	233; 239		
21.2.8. Conditions régissant les modifications du capital	239		

N/A : non applicable

2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL ^(a)

Informations	Pages
1. Comptes annuels	180-204
2. Comptes consolidés	114-176
3. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes annuels	205-206
4. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	177
5. Rapport de gestion	
5.1. Analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière, principaux risques et incertitudes, politique de gestion des risques financiers	26-49 ; 52-53
5.2. Tableau récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée générale des actionnaires au Conseil d'administration dans le domaine des augmentations de capital	60-61
5.3. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	68
5.4. Rachats d'actions propres	63-64
5.5. Déclaration des personnes assumant la responsabilité du rapport de gestion	256
6. Honoraires des Commissaires aux comptes	222
7. Rapport du Président du Conseil d'administration	98-110
8. Rapport des Commissaires aux comptes sur le Rapport du Président du Conseil d'administration	111

[a] Conformément aux articles L. 451-1-2 du Code monétaire et financier et 222-3 du Règlement général de l'AMF.

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 14 mars 2012, conformément à l'article 212-13 de son règlement général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'AMF. Ce document a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

L V M H

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

Pour toute demande d'information :
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