

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

EXERCICE 2010

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

LE GROUPE LVMH	1
HISTORIQUE	1
CHIFFRES CLÉS	2
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	5
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ	6
ACTIVITÉS	9
RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	23
LE GROUPE LVMH	23
LA SOCIÉTÉ LVMH MOET HENNESSY - LOUIS VUITTON SA	51
RESSOURCES HUMAINES	69
LVMH ET L'ENVIRONNEMENT	87
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	101
ÉTATS FINANCIERS	115
COMPTES CONSOLIDÉS	115
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOET HENNESSY - LOUIS VUITTON SA	185
AUTRES INFORMATIONS	211
GOVERNANCE	211
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	237
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 31 MARS 2011	245
RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	261
TABLES DE CONCORDANCE	265

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	1573	Wen Jun	1945	Céline
	1593	Château d'Yquem	1947	Parfums Christian Dior Emilio Pucci
XVIII^e siècle	1729	Ruinart	1952	Givenchy
	1743	Moët & Chandon	1957	Parfums Givenchy
	1765	Hennessy	1960	DFS Domaine Chandon
	1772	Veuve Clicquot	1963	Miami Cruiseline
	1780	Chaumet	1969	Sephora
XIX^e siècle	1815	Ardbeg	1970	Kenzo
	1828	Guerlain	1976	Cape Mentelle Benefit Cosmetics
	1832	Château Cheval Blanc	1977	Newton
	1843	Krug	1980	Hublot
	1846	Loewe	1984	Thomas Pink Marc Jacobs Donna Karan Make Up For Ever
	1849	Royal Van Lent	1985	Cloudy Bay
	1852	Le Bon Marché	1988	Parfums Kenzo
	1854	Louis Vuitton	1991	Fresh
	1858	Mercier	1996	Belvedere
	1860	TAG Heuer	1998	Numanthia Termes
	1865	Zenith	1999	Terrazas de los Andes
	1870	La Samaritaine		
	1893	Glenmorangie		
1895	Berluti			
XX^e siècle	1908	Les Echos	2001	De Beers Diamond Jewellers
	1916	Acqua Di Parma	2003	Cheval des Andes
	1925	Fendi	2005	10 Cane
	1936	Dom Pérignon		
		Fred		
	1942	Rossimoda		
		XXI^e siècle		

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

(en millions d'euros et en pourcentage)	2010	2009	2008
Ventes	20 320	17 053	17 193
Résultat opérationnel courant	4 321	3 352	3 628
Résultat net	3 319	1 973	2 318
Résultat net, part du Groupe	3 032	1 755	2 026
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ⁽¹⁾	4 848	3 928	4 096
Investissements d'exploitation	1 002	748	1 039
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)	3 073	2 205	1 331
Capitaux propres	18 204	14 785	13 793 ⁽²⁾
Dette financière nette ⁽³⁾	2 678	2 994	3 869
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	15 %	20 %	28 %

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

(2) Retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles, rétroactive au 1er janvier 2007. Voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés.

(3) La dette financière nette exclut les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir analyse en Note 17.1 de l'annexe aux comptes consolidés.

Données par action

(en euros)	2010	2009	2008
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	6,36	3,71	4,28
Résultat net, part du Groupe après dilution	6,32	3,70	4,26
Dividende par action			
Acompte	0,70	0,35	0,35
Solde	1,40	1,30	1,25
Montant brut global versé au titre de l'exercice ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	2,10	1,65	1,60

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

(5) Pour l'exercice 2010, montant proposé à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011.

Informations par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	3 261	2 740	3 126
Mode et Maroquinerie	7 581	6 302	6 010
Parfums et Cosmétiques	3 076	2 741	2 868
Montres et Joaillerie	985	764	879
Distribution sélective	5 378	4 533	4 376
Autres activités et éliminations	39	(27)	(66)
Total	20 320	17 053	17 193
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	930	760	1 060
Mode et Maroquinerie	2 555	1 986	1 927
Parfums et Cosmétiques	332	291	290
Montres et Joaillerie	128	63	118
Distribution sélective	536	388	388
Autres activités et éliminations	(160)	(136)	(155)
Total	4 321	3 352	3 628

Informations par zone géographique

	2010	2009	2008
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	13	14	14
Europe (hors France)	21	21	24
États-Unis	23	23	23
Japon	9	10	10
Asie (hors Japon)	25	23	20
Autres marchés	9	9	9
Total	100	100	100
Ventes par devise de facturation (en %)			
Euro	28	30	32
Dollar US	27	27	28
Yen	9	10	10
Hong Kong Dollar	6	5	4
Autres devises	30	28	26
Total	100	100	100
Nombre de magasins			
France	364	353	331
Europe (hors France)	646	620	596
États-Unis	570	531	531
Japon	303	307	256
Asie (hors Japon)	518	470	485
Autres marchés	144	142	115
Total	2 545	2 423	2 314

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim ⁽¹⁾
Vice-Président

Pierre Godé ⁽²⁾
Vice-Président

Antonio Belloni ⁽²⁾
Directeur Général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault ⁽²⁾

Nicolas Bazire ⁽²⁾

Bernadette Chirac ⁽¹⁾

Nicholas Clive Worms ⁽¹⁾

Charles de Croisset ^{(1) (2)}

Diego Della Valle ^{(1) (2)}

Albert Frère

Gilles Hennessy ⁽²⁾

Marie-Josée Kravis ^{(1) (2)}

Lord Powell of Bayswater

Felix G. Rohatyn

Yves-Thibault de Silguy ⁽¹⁾

Hubert Védrine ⁽¹⁾

Censeur

Patrick Houël ⁽²⁾

COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Antoine Bernheim ⁽¹⁾
Président

Nicholas Clive Worms ⁽¹⁾

Gilles Hennessy

COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Antoine Bernheim ⁽¹⁾
Président

Charles de Croisset ⁽¹⁾

Albert Frère

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

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Patrick Quart
Conseiller du Président

Philippe Pascal
Montres et Joaillerie

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
Mode

Mark Weber
Donna Karan, LVMH Inc.

Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

COMMISSAIRES AUX COMPTES

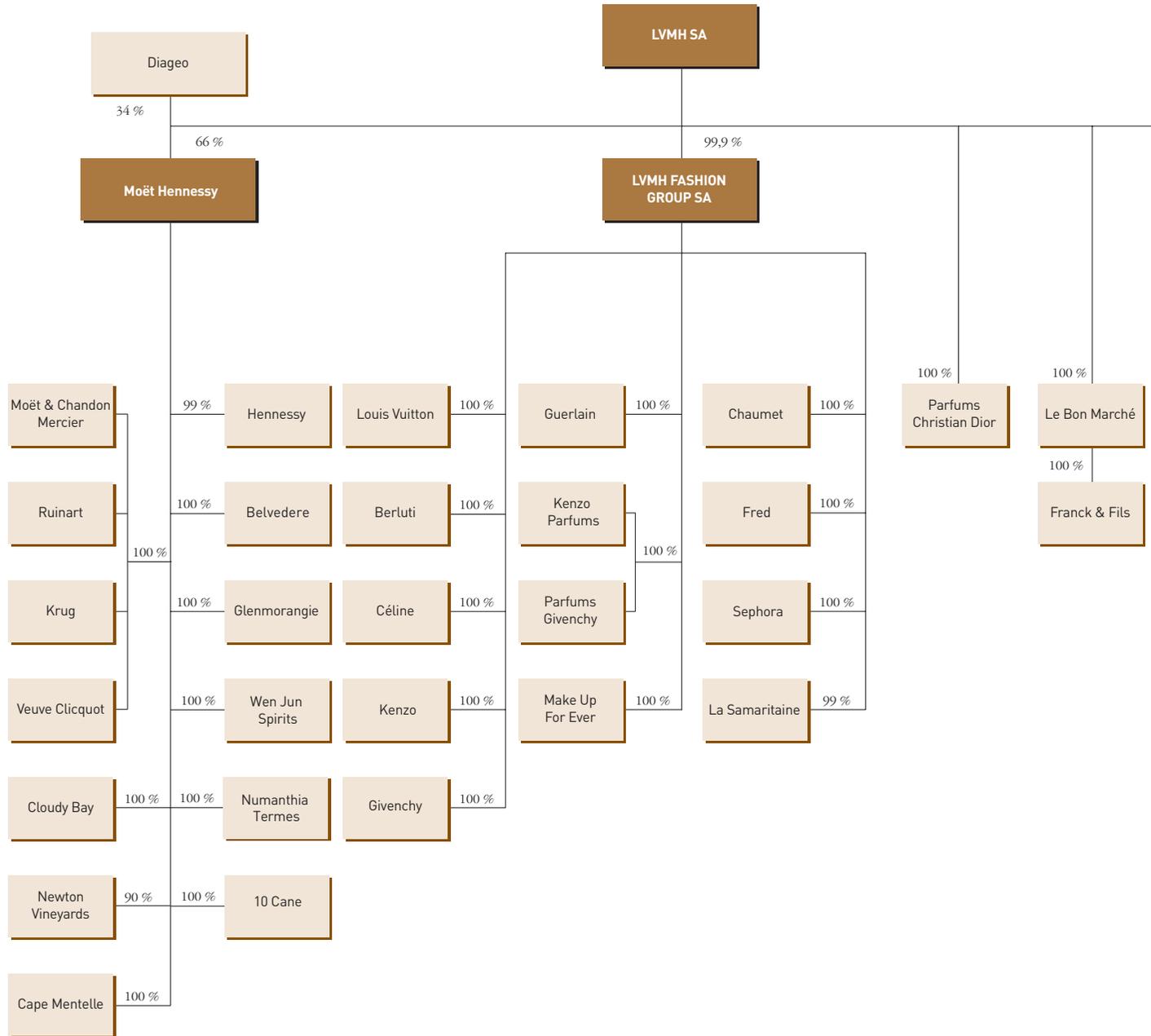
ERNST & YOUNG et Autres
représenté par Olivier Breillot et Gilles Cohen

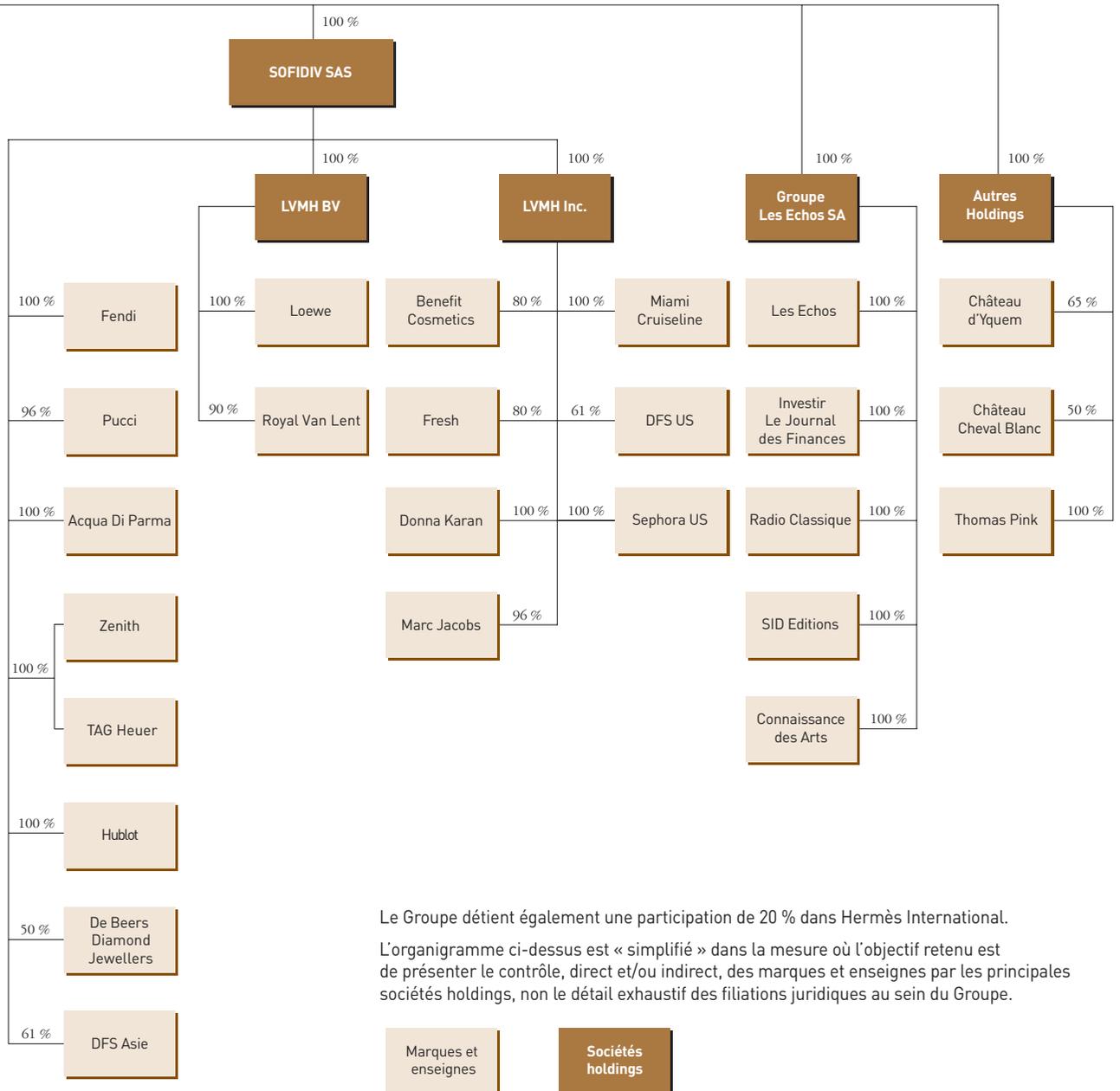
DELOITTE & ASSOCIÉS
représenté par Thierry Benoit

(1) Personnalité indépendante.

(2) Nomination/renouvellement proposés à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011.

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2011





	<i>Page</i>
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	16
3.1 LES MARQUES DU GROUPE PARFUMS ET COSMÉTIQUES	17
3.2 LA RECHERCHE EN PARFUMS ET COSMÉTIQUES	18
3.3 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	19
4. MONTRES ET JOAILLERIE	19
4.1 LES MARQUES DU GROUPE MONTRES ET JOAILLERIE	20
4.2 SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET SOUS-TRAITANCE	20
5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE	21
5.1 L'ACTIVITÉ « TRAVEL RETAIL »	21
5.2 L'ACTIVITÉ « SELECTIVE RETAIL »	21
6. AUTRES ACTIVITÉS	22

ACTIVITÉS

1. VINS ET SPIRITUEUX

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

En 2010, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 3 261 millions d'euros, soit 16 % des ventes totales du groupe LVMH.

1.1 Champagne et Vins

En 2010, les ventes de l'activité Champagne et Vins se sont élevées à 1 664 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. Les vins élaborés par Moët Hennessy sont regroupés au sein du secteur d'activités Estates & Wines.

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

en 1843 et acquise par LVMH en janvier 1999, est une marque mondialement renommée, spécialisée exclusivement dans les cuvées haut de gamme. La marque **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.

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 2010, les expéditions en volume des marques de Champagne de LVMH progressent de 20 % tandis que les expéditions de la région Champagne augmentent de 9 %. La part de marché des marques de LVMH atteint ainsi 17,5 % du total des expéditions de la région, contre 15,8 % en 2009 (source : CIVC).

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

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2010			2009 ⁽¹⁾			2008		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	185,0	12,6	6,8	180,8	11,1	6,1	181,2	10,1	5,6
Export	134,5	43,2	32,1	112,6	35,4	31,4	141,2	51,0	36,1
Total	319,5	55,8	17,5	293,3	46,5	15,8	322,4	61,1	18,9

(1) Les expéditions de 2009 correspondent aux statistiques définitives, le document de référence 2009 était établi sur la base de statistiques provisoires.
(Source : Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne – CIVC.)

La ventilation géographique des ventes de champagne de LVMH en 2010, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

(en pourcentage)	2010	2009	2008
Allemagne	5	5	5
Grande-Bretagne	10	11	12
États-Unis	18	17	17
Italie	5	6	8
Suisse	2	2	2
Japon	6	6	7
Autres	32	30	32
Total export	78	77	83
France	22	23	17
Total	100	100	100

1.1.3 Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone délimitée classée en A.O.C. qui s'étend sur les 34 000 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 2010, ces stocks représentaient environ 255 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 4,4 années de vente ; à ces montants s'ajoute l'équivalent de 12 millions de bouteilles de réserve qualitative bloquée.

1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 679 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 2010, 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 12 000 kg/ha pour la récolte 2010. 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 8 000 kg/ha.

Le prix du raisin avait baissé en 2009 de 4 % suite à la crise et aux excédents de stock chez les négociants. Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2010 s'établit entre 4,85 euros et 5,65 euros suivant les crus, en augmentation de 2 % par rapport à 2009.

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 15 millions d'euros environ ; ces prestations sont notamment relatives aux opérations de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2 Cognac et spiritueux

En 2010, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 1 597 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.

À la suite d'une Offre Publique d'Achat amicale clôturée fin décembre 2004, LVMH a acquis, en janvier 2005, 99 % du capital de Glenmorangie Plc, société britannique cotée à Londres, et le solde en mars 2005 dans le cadre d'une procédure de retrait. Le groupe Glenmorangie détient en particulier les marques de whisky single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg**. La distillerie Glen Moray, précédemment détenue par Glenmorangie Plc, 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 de Moët Hennessy 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. La distillerie, qui élabore l'un des alcools les plus renommés du pays, a opéré sans interruption depuis la dynastie des Ming au XVI^e siècle.

1.2.2 Position concurrentielle

En 2010, les volumes d'expédition de la région de Cognac progressent de 19 % par rapport à 2009, alors que les expéditions en volume de Hennessy augmentent de 18 %. La part de marché de Hennessy s'établit ainsi à 42,5 %, contre 42,8 % en 2009 (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)	2010			2009 ⁽¹⁾			2008		
	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)	Volumes		Part de marché (%)
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	4,1	0,3	6,5	2,9	0,2	7,5	3,9	0,3	6,4
Europe (hors France)	38,3	8,9	23,3	33,5	7,3	21,8	40,6	9,6	23,5
États-Unis	46,4	27,4	59,0	43,0	27,1	63,0	47,6	27,0	56,7
Japon	1,4	0,7	52,8	1,8	1,2	63,2	1,7	1,0	56,1
Asie (hors Japon)	50,0	21,8	43,5	37,0	14,6	39,5	40,2	19,1	47,5
Autres marchés	7,0	3,5	50,3	5,6	2,6	47,3	6,8	3,2	47,1
Total	147,2	62,6	42,5	123,8	53,0	42,8	140,8	60,2	42,7

(1) Les expéditions de 2009 ont été corrigées par rapport aux volumes indiqués dans le document de référence 2009, 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)	2010	2009	2008
États-Unis	44	51	45
Japon	1	2	2
Asie (hors Japon)	35	27	32
Europe (hors France)	14	14	16
Autres	6	6	5
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 180 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 2010, le prix des vins de la récolte est en augmentation de 1 % par rapport à celui de la récolte 2009.

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, propriété de Millennium, qui élabore Belvedere réalise elle-même trois de ces distillations, à Zyrardow, en Pologne. Elle recourt à une eau purifiée selon un procédé spécifique, permettant l'élaboration d'une vodka au goût unique.

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

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Millennium représente moins de 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, en fonction du mode d'exploitation de la canne à sucre : les rhums fabriqués à partir de la mélasse, sous-produit de la sucrerie, et ceux élaborés à partir d'un vin à base de jus de canne très dilué. C'est le cas, par exemple, des Îles françaises des Antilles.

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

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

1.2.8 Mode d'élaboration des spiritueux Wen Jun

Les spiritueux élaborés en Chine 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 côté 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* ». Wen Jun est en Chine l'un des producteurs de spiritueux de luxe les plus anciens et les plus réputés.

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 2010, 28 % des ventes de champagne et de cognac ont été réalisées par ce canal.

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

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

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

En 2010, LVMH et Diageo ont effectué une réorganisation de la distribution de leurs produits au Japon. Moët Hennessy s'est recentré sur la distribution de ses marques de champagnes 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 il est associé à Kirin.

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 1 188 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 2010, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 7 581 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 de LVMH.

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

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

Kenzo a connu un succès rapide dans le monde de la mode depuis sa création en 1970 et 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 de LVMH.

Givenchy, fondée en 1952 par Hubert de Givenchy, Maison ancrée dans les traditions d'excellence de la haute couture, est également reconnue pour ses collections de prêt-à-porter féminin et masculin et ses accessoires de mode. Les parfums Givenchy sont intégrés dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques 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, sur mesure et en prêt-à-chausser et, depuis 2005, une ligne de maroquinerie.

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. 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. Antonio Marras est le Directeur artistique de l'ensemble des collections Kenzo. 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.

2.3 La distribution

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

Pour répondre à ces objectifs, LVMH s'est doté du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de Mode et Maroquinerie. Ce réseau comprend 1 188 magasins au 31 décembre 2010.

2.4 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Les quinze ateliers de fabrication de maroquinerie de Louis Vuitton Malletier, onze en France, trois en Espagne et un aux États-Unis, assurent l'essentiel de la production de la marque. 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 sa production.

Fendi et Loewe disposent également d'ateliers de maroquinerie dans leur 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 2010 environ 43 % du coût des ventes.

Louis Vuitton Malletier dépend de fournisseurs extérieurs pour la majorité des cuirs et matières utilisées dans la fabrication de ses produits. Bien qu'une partie significative des matières premières soit achetée auprès d'un nombre assez faible de fournisseurs, Louis Vuitton considère que ces fournitures pourraient le cas échéant être obtenues auprès d'autres sources. En 2004, des équilibrages ont d'ailleurs permis de limiter la dépendance vis-à-vis des fournisseurs. Après une diversification lancée en 1998 vers la Norvège et l'Espagne, le portefeuille des fournisseurs s'est élargi à l'Italie en 2000. 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 va donner naissance aux Tanneries de la Comète où les peaux seront tannées exclusivement pour Louis Vuitton à l'aide d'extraits végétaux. Chez Louis Vuitton, le premier fournisseur de cuirs et peaux représente environ 38 % du total des approvisionnements de ces produits.

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

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

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

3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les grandes Maisons françaises Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. À cet ensemble de marques mondialement

établies s'ajoutent Benefit Cosmetics et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétiques en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, marque espagnole détenant de fortes positions sur son marché domestique, et Make Up For Ever, marque française spécialisée à l'origine dans les produits de maquillage professionnel. En fin d'année 2007, deux parfums ont été lancés pour les marques Fendi et Pucci.

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

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

En 2010, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 3 076 millions d'euros, soit 15 % des ventes totales de LVMH.

3.1 Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques

La société **Parfums Christian Dior** est née en 1947, la même année que la Maison de couture, avec le lancement du parfum *Miss Dior*. Tout en développant ses lignes de parfums féminins et masculins au fil des années, Parfums Christian Dior a étendu son activité au domaine du maquillage à partir de 1955 et aux produits de soin à partir de 1973. Aujourd'hui Parfums Christian Dior consacre à la recherche 1,8 % 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*, *Fabrenheit*, *Dune pour Homme*, *Dior Homme*, *Dior Homme Sport*, lancé en 2008, et *Fabrenheit Absolute*, créé en 2009, constituent les parfumants masculins les plus renommés.

Les principales lignes cosmétiques de Dior sont : *Capture*, *Diorsnow*, *Hydralife* et *L'Or de Vie*, lancée en 2007, 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*, lancement de l'année 2008, 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* 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 (*Amarige*, *Organza*, *Very Irresistible Givenchy*, *Ange ou Démon* et *Play for her*, lancé en 2010, *Givenchy pour Homme*, *Very Irresistible pour Homme*, *Play*, lancé en 2008) en développant une activité dans le domaine des produits cosmétiques avec les soins Givenchy et la ligne de maquillage Givenchy *Le Makeup* inaugurée en 2003.

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et connaissent un fort développement depuis le succès de *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a entrepris de diversifier son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant l'année suivante la gamme *KenzoKi*. L'année 2006 a vu le lancement du parfum féminin *KenzoAmour*, l'année 2008 celui du parfum masculin *KenzoPower* et l'année 2010 la création de *KenzoHomme eau de toilette boisée*.

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 boutiques exclusives à travers le monde (Californie, Chicago, New York, Royaume-Uni, Hong Kong, Shanghai et Sydney), la marque est actuellement distribuée dans près de 1 500 points de vente aux États-Unis, en Europe, et en Asie.

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

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

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

Le groupe **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.

3.2 La recherche en parfums et cosmétiques

L'innovation joue un rôle majeur dans la stratégie des Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH. Au cours de ces dernières années, le secteur des parfums et cosmétiques a vu l'emploi de technologies de plus en plus sophistiquées dans la conception des nouveaux produits de soin et de maquillage, pour des résultats perçus de plus en plus spectaculaires. Depuis quelques années, le regroupement des différentes entités de recherche des marques du Groupe au sein d'un GIE, LVMH Recherche, a permis de développer de nombreuses synergies en recherche et dans le développement des formulations. Plus de 270 scientifiques, chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins, travaillent ainsi au sein des laboratoires implantés à Saint-Jean de Braye près d'Orléans au cœur du pôle de compétitivité de la Cosmetic Valley. Des équipes dédiées, en étroite collaboration avec les équipes marketing des marques, ont en charge les développements des produits de soin, maquillage et parfums de Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy. Les laboratoires assurent également un certain nombre de développements pour Parfums Kenzo, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fendi, Pucci, Loewe et les sociétés américaines Fresh et Benefit, ainsi que d'une manière générale, la coordination réglementaire pour l'ensemble des marques du groupe LVMH impliquées dans les parfums ou les cosmétiques.

Cette optimisation de moyens et de compétences permet à LVMH Recherche de mener, en liaison avec de nombreux partenaires français et étrangers, en particulier de grandes universités, des projets de Recherche et Développement dont l'ensemble des marques bénéficie. Enfin, LVMH Recherche, de par ses contacts et participations dans différentes instances et organisations réglementaires internationales, affirme son expertise dans des domaines tels que la sécurité des produits ou la représentation de ses intérêts. L'augmentation des contraintes réglementaires et les nouvelles règles sur certains grands marchés nécessitent en permanence une adaptation des méthodologies. Le laboratoire

d'évaluation de la sécurité du produit a également intégré en 2010 de nouvelles méthodes in vitro visant à détecter le potentiel allergique éventuel de nouvelles matières premières.

LVMH Recherche représente en France le second plus important centre de recherche dans le domaine des parfums et des cosmétiques. En 2010, les équipes de Recherche et Développement ont poursuivi leurs travaux dans les domaines clés : performance, sensorialité, plaisir, qualité, sécurité et satisfaction consommateur des produits. Des plateformes de recherche ont été mises en place dans le domaine des ingrédients actifs, de la modélisation cellulaire et tissulaire, de techniques d'imagerie et de détection des activités biologiques. Elles ont pour objectif de rationaliser les processus. Le développement de la plateforme technologique Activités Biologiques devrait permettre à LVMH Recherche, via un criblage multi-cibles ou multi-ingrédients, de détecter les ingrédients actifs du futur.

On notera de grandes avancées dans les domaines de la réparation tissulaire, de la lutte contre les rides, contre la perte de fermeté, de l'anti-âge et de l'innovation galénique avec des textures nouvelles à transformation. La plateforme de recherche internationale Orchidarium consacrée à la recherche sur les orchidées a suscité un grand intérêt et a vu la publication de nombreux travaux, dont une thèse de doctorat. S'inspirant des techniques de biométrie, l'analyse des mouvements oculaires du consommateur par une technologie portée dite « eye-tracking » permet de mieux comprendre les effets maquillages perçus. De même, l'analyse des émotions par décryptage des expressions faciales associé à des dosages salivaires permet de mesurer l'effet régulateur émotionnel de divers produits cosmétiques. Une nouvelle étude a permis de corréler les dimensions tactiles et visuelles de la fermeté cutanée avec une méthode instrumentale, la thermographie infra-rouge.

La mise en place d'une photothèque collaborative a permis de consolider le patrimoine d'images scientifiques de LVMH. L'ensemble des activités de recherche a donné lieu à de nombreuses communications scientifiques sur toutes ces thématiques dans des congrès internationaux spécialisés. La structure de recherche du Japon, localisée à Tokyo, a bâti de nouveaux partenariats sur des projets stratégiques d'avenir concernant de nouvelles formulations maquillage et soin. Des projets de recherche innovants ont également été poursuivis dans le cadre du pôle de compétitivité porté par la Cosmetic Valley. Par ailleurs, LVMH Recherche a continué à protéger régulièrement ses inventions par des dépôts de brevets, ce qui procure un véritable avantage concurrentiel aux marques.

Dans le domaine du soin, les principaux thèmes de recherche sont à l'heure actuelle relatifs à l'anti-âge avec notamment :

- le rôle clé de l'élimination des toxines via la stimulation du Protéasome pour réactiver la jeunesse de la peau avec le lancement du sérum *Capture One Essential* de Parfums Christian Dior qui permet de démultiplier l'efficacité des soins auxquels il est associé ;

- la présentation de nouveaux travaux sur la réparation tissulaire par les produits de l'abeille avec le lancement d'un nouveau sérum anti-rides *Abeille Royale* chez Guerlain ;
- les travaux sur la capacité de la peau à « s'auto-immuniser » contre le vieillissement avec le lancement de *Vax'In For Youth* chez Givenchy, travaux qui démontrent que des microstress répétés entraînent les cellules à repousser le vieillissement en déployant leurs propres mécanismes de défense et de réparation ;
- la compréhension des interfaces qui régulent aussi bien les propriétés de la peau que la performance et la sensorialité des produits cosmétiques, thème du 10e symposium scientifique international organisé par LVMH Recherche à Paris en octobre 2010 ;
- la poursuite des travaux et des collaborations sur les cellules souches de la peau, sur la revitalisation cellulaire ou la mise au point de nouvelles textures avec les produits *Capture* ou *Prestige* de Parfums Christian Dior.

De nouvelles approches originales sur les mécanismes de l'hydratation, de régulation des défauts de pigmentation et de la maîtrise de la lumière ont été intégrées dans les nouveaux lancements de produits hydratants et éclaircissants dans les différentes marques du Groupe. Ces produits qui permettent également d'améliorer la luminosité et la transparence du teint connaissent en Asie un développement important sur un marché très technologique et concurrentiel (*Diorsnow*, *Prestige White* de Dior).

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 et les nouvelles formulations. Le maquillage a poursuivi sa percée dans une nouvelle ère en apportant de nouvelles actions et de nouvelles sensorialités. 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 (Dior). Dans le domaine du mascara, de nouvelles approches ont permis d'intensifier encore plus le regard, de densifier les fibres des cils et de mesurer la séduction, le dynamisme du regard après maquillage (*Le 2 de Guerlain*, *Diorsnow Extase* de Dior, *Phenomen' eyes* de Givenchy). Un fond de teint soin fusionnel avec la peau, grâce à des biopolymères de soie et de lin, permet d'avoir un rendu naturel et satiné tout en gardant une couvrance (*Lingerie de Peau* de Guerlain). Du côté des poudres, l'incorporation de nouvelles matières premières ainsi que l'utilisation de nouveaux procédés ont permis l'obtention de nouveaux effets poudrés plus proches d'effets obtenus par des produits de soin.

De très nombreux produits, aussi bien en soin qu'en maquillage, ont cette année encore été plébiscités et primés par la presse beauté internationale.

L'innovation s'est concentrée sur une plus grande transversalité dans le management des projets et sur une volonté de rationaliser les processus dans une optique normative de qualité. Les programmes mis en place permettent d'imaginer les produits du futur, sur des thématiques nouvelles au service de la beauté.

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, tant dans le domaine des produits parfumants que dans ceux du maquillage ou des produits de soin. Make Up For Ever dispose également de capacités de production suffisantes en France pour couvrir ses propres besoins. Seules les sociétés américaines, plus récentes, ainsi que les Parfums Loewe et Acqua di Parma, sous-traitent la fabrication de leurs produits pour la plus grande part.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2010, pour cette activité, environ 6 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 10 millions d'euros de sous-traitance logistique.

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

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

4. MONTRES ET JOAILLERIE

Le plus récent des groupes d'activités de LVMH regroupe un portefeuille de marques horlogères et joaillères 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 (l'activité de la marque De Beers, précédemment consolidée dans les Autres activités, est intégrée au groupe d'activités Montres et Joaillerie depuis 2006). Hublot, jeune marque horlogère haut de gamme, a été acquise en 2008.

Le groupe d'activités a désormais largement déployé sa présence internationale, renforcé la coordination et la mise en commun de moyens administratifs, développé ses équipes commerciales et marketing et 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, telles les capacités de conception de prototypes, et par un partage des meilleures méthodes en matière d'investissements, d'amélioration de la productivité et de négociation des conditions d'achat auprès des fournisseurs.

En 2010, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 985 millions d'euros, soit 5 % des ventes totales de LVMH.

4.1 Les marques du groupe Montres et Joaillerie

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

Les **Montres Dior**, gérées depuis 2008 sous la forme d'une joint-venture entre le groupe d'activités Montres et Joaillerie et la société Dior Couture, appartiennent à la catégorie des montres de mode. Elles sont fabriquées en Suisse par les Ateliers Horlogers. Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Christal*, *Chiffre*

rouge et *D de Dior*, sont conçues en parfaite harmonie avec la force créative de la Maison de couture. À noter en 2008 le lancement des modèles mécaniques de la ligne *Christal* et en 2009 celui d'une version joaillière, la *Mini D*, dans la collection *D de Dior*.

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 commune à LVMH et De Beers, créée en juillet 2001, et exploitée par 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 sous un angle original, tant sur le plan de l'inspiration créative en matière de bijoux que de la conception des points de vente. De Beers a lancé sa première collection horlogère en 2007.

4.2 Sources d'approvisionnement et sous-traitance

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

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance ne représente ainsi en 2010 que 5 % du coût des ventes.

Compte tenu des exigences de très haute qualité, les composants assemblés sont recherchés auprès d'un nombre limité de fournisseurs, suisses pour l'essentiel, à l'exception des cuirs pour les bracelets. En 2010, la filiale industrielle Cortech en Suisse réalise une part importante des boîtes nécessaires à la production de TAG Heuer et Zenith.

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 2010, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 5 378 millions d'euros, soit 27 % des ventes totales de LVMH.

5.1 L'activité « *travel retail* »

DFS

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

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

Depuis sa création en 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 du groupe DFS est fondée en priorité sur 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 14 Galleries sont implantées dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon. Chacune associe en un même lieu, à proximité des hôtels où séjournent les voyageurs, 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 (Louis Vuitton, Hermès, Bulgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Céline...).

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

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline, dont l'acquisition a été réalisée par LVMH en janvier 2000, est une société américaine fondée en 1963, leader mondial de la vente de produits de luxe hors taxes à bord des navires de croisière. Elle fournit ses services à plus de 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 équilibrer sa présence géographique et de diversifier sa clientèle, majoritairement asiatique auparavant, en la complétant par celle des croisières, dominée par les Américains et les Européens. Il existe en outre d'excellentes synergies entre les activités de DFS et celles de Miami Cruiseline dans les domaines du management et du merchandising.

Miami Cruiseline a fait porter ses efforts sur l'amélioration de la qualité de son offre produits et sur l'adaptation de ses assortiments à chaque navire de 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 673 magasins en Europe, implantés dans 15 pays. Le concept de Sephora a également traversé l'Atlantique en 1998 et l'enseigne compte aujourd'hui 251 magasins aux États-Unis, complétés par un site internet, sephora.com, et 25 magasins au Canada. Au 31 décembre 2010, Sephora dispose de près 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 2010, répartis sur six pays. À noter en 2009, l'ouverture à Singapour du plus grand magasin de l'enseigne sur le continent asiatique. En 2010, Sephora a inauguré sa présence en Amérique latine grâce à l'acquisition de Sack's, le leader brésilien des ventes en ligne de parfums et cosmétiques sélectifs.

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

En décembre 2007, LVMH a acquis le groupe Les Echos 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. Le quotidien La Tribune a été cédé à News Participations en février 2008. Outre Les Echos, le groupe Les Echos réunit plusieurs titres de la presse économique et culturelle – Investir, Connaissance des Arts, la maison d'édition littéraire Arléa, et la station de radio française Radio Classique, qui appartenait à DI Group. 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 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. En 2009, la société a vendu son 800^e yacht, le Trident.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

LE GROUPE LVMH

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ	24
1.1 COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	24
1.2 VINS ET SPIRITUEUX	27
1.3 MODE ET MAROQUINERIE	29
1.4 PARFUMS ET COSMÉTIQUES	32
1.5 MONTRES ET JOAILLERIE	34
1.6 DISTRIBUTION SÉLECTIVE	36
2. FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE	38
2.1 RISQUES STRATÉGIQUES ET OPÉRATIONNELS	38
2.2 POLITIQUE D'ASSURANCE	40
2.3 RISQUES FINANCIERS	41
3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE	43
3.1 VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	43
3.2 STRUCTURE FINANCIÈRE	44
4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	46
4.1 DÉPENSES DE COMMUNICATION ET PROMOTION	46
4.2 FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	46
4.3 INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS ET DANS LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION	46
5. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES	47
5.1 PRODUCTION	47
5.2 DISTRIBUTION	48
5.3 ÉTABLISSEMENTS ADMINISTRATIFS ET IMMEUBLES LOCATIFS	48
6. PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR DES FILIALES	49
7. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	49
8. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	49
9. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES	50

LE GROUPE LVMH

1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ

1.1 Commentaires sur le compte de résultat consolidé

Ventes par groupe d'activité

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Vins et Spiritueux	3 261	2 740	3 126
Mode et Maroquinerie	7 581	6 302	6 010
Parfums et Cosmétiques	3 076	2 741	2 868
Montres et Joaillerie	985	764	879
Distribution sélective	5 378	4 533	4 376
Autres activités et éliminations	39	(27)	(66)
Total	20 320	17 053	17 193

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Vins et Spiritueux	930	760	1 060
Mode et Maroquinerie	2 555	1 986	1 927
Parfums et Cosmétiques	332	291	290
Montres et Joaillerie	128	63	118
Distribution sélective	536	388	388
Autres activités et éliminations	(160)	(136)	(155)
Total	4 321	3 352	3 628

Ventes et résultat opérationnel courant à taux de change et périmètre constants

(en millions d'euros)	Ventes	Résultat opérationnel courant
Exercice 2009	17 053	3 352
Croissance organique	2 294	598
Effets de l'évolution des parités monétaires sur les comptes des entités en devises ⁽¹⁾	1 043	371
Effets des variations de périmètre ⁽¹⁾	(70)	n.s.
Exercice 2010	20 320	4 321

(1) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires et des variations de périmètre sont décrits en page 26.

Les ventes de l'exercice 2010 s'élèvent à 20 320 millions d'euros, en hausse de 19 % par rapport à l'exercice précédent. Elles ont bénéficié de la hausse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de 5 % pour le dollar US.

Depuis le 1^{er} janvier 2009, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans le groupe d'activités

Parfums et Cosmétiques, déconsolidation au quatrième trimestre 2010 de La Brosse et Dupont ; dans les Vins et Spiritueux, consolidation de Château Cheval Blanc selon la méthode proportionnelle depuis août 2009. Ces évolutions du périmètre de consolidation impactent négativement pour 0,4 point la variation du chiffre d'affaires annuel.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 13 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2010	2009	2008
Euro	28	30	32
Dollar US	27	27	28
Yen	9	10	10
Hong Kong dollar	6	5	4
Autres devises	30	28	26
Total	100	100	100

La ventilation des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro baisse de 2 points à 28 %, le poids du yen japonais baisse de 1 point à 9 %, le poids du dollar reste stable à 27 % et le poids des autres devises augmente de 3 points à 36 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2010	2009	2008
France	13	14	14
Europe (hors France)	21	21	24
États-Unis	23	23	23
Japon	9	10	10
Asie (hors Japon)	25	23	20
Autres marchés	9	9	9
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse du poids relatif de la France qui évolue de 14 % à 13 % et du Japon, de 10 % à 9 %. L'Europe (hors France), les États-Unis et les autres marchés restent stables à respectivement 21 %, 23 % et 9 % alors que l'Asie (hors Japon) progresse de 2 points à 25 %.

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie peu. Les parts des Vins et Spiritueux, de la Mode et Maroquinerie et de la Distribution sélective restent stables à respectivement, 16 %, 37 % et 27 % alors que la part des Parfums et Cosmétiques baisse de 1 point et s'établit à 15 %. La part des Montres et Joaillerie augmente de 1 point et s'établit à 5 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 19 % en données publiées. Bénéficiant d'un effet de change positif de près de 6 points, l'évolution des ventes à taux de change et périmètre comparables ressort en hausse de 13 %. L'arrêt du déstockage pratiqué par les distributeurs et la capacité des marques du Groupe à tirer profit de la reprise de la consommation ont permis de relancer les ventes notamment dans les pays asiatiques où la demande est très dynamique. La Chine confirme plus que jamais son rang de second marché pour le groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 13 %, pour 20 % 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. Donna Karan, Marc Jacobs, Fendi et Givenchy confirment également leur potentiel et réalisent sur l'année 2010 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 12 % 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 en Asie, notamment en Chine, ainsi qu'en Russie et a également bénéficié de la forte reprise du Travel Retail.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 21 % à taux de change et périmètre comparables et de 29 % en données publiées. La forte progression des ventes horlogères et joaillières a certes bénéficié de l'effet de restockage des détaillants mais a surtout profité de la nette reprise de la demande des clients. L'Asie constitue, pour l'ensemble des marques, la zone la plus dynamique.

La croissance publiée des ventes des activités de Distribution sélective est en hausse de 19 %, et de 14 % à taux de change et périmètre comparables. 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 et Macao.

La marge brute du Groupe s'élève à 13 136 millions d'euros, en hausse de 21 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 65 %, en hausse de 1 point grâce notamment à la maîtrise des coûts de revient des produits vendus.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 7 098 millions d'euros, sont en hausse de 17 % en données publiées et de 12 % à taux de change constants. 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 11 % des ventes et sont en augmentation de 21 % à taux de change constants.

L'implantation géographique des magasins évolue comme présenté ci-dessous :

(en nombre)	2010	2009	2008
France	364	353	331
Europe (hors France)	646	620	596
États-Unis	570	531	531
Japon	303	307	256
Asie (hors Japon)	518	470	485
Autres marchés	144	142	115
Total	2 545	2 423	2 314

Les charges administratives sont de 1 717 millions d'euros, en hausse de 16 % en données publiées, et de 12 % à taux de change constants. Elles représentent 8 % des ventes, en baisse d'1 point par rapport à 2009.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 4 321 millions d'euros, en hausse de 29 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à près de 21 %, en hausse de 2 points par rapport à 2009.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à l'exercice précédent, est positif de 371 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 et effets de couverture de change constants, la hausse du résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 18 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 930 millions d'euros, en hausse de 22 % par rapport à 2009. Cette performance résulte essentiellement de l'augmentation des ventes en volume. La maîtrise des coûts ainsi que l'effet positif des variations monétaires sur les résultats de cette activité permettent de compenser le renforcement des investissements publi-promotionnels ciblés sur les marchés stratégiques. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de cette activité progresse d'1 point à 29 %.

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 2 555 millions d'euros, en croissance de 29 %. Les variations monétaires ont eu un effet positif sur les résultats de cette activité à hauteur de 246 millions d'euros. Louis Vuitton

enregistre une forte hausse de son résultat opérationnel courant, Fendi et Donna Karan confirment leur dynamique de croissance rentable. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente également de 2 points et s'établit à 34 %.

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 332 millions d'euros, en hausse de 14 % par rapport à 2009. Cette hausse est tirée par Parfums Christian Dior, Guerlain et Parfums Givenchy qui améliorent fortement 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 %.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie présente un doublement de son résultat opérationnel courant pour atteindre 128 millions d'euros. Ce groupe d'activités améliore fortement sa profitabilité et affiche désormais un taux de marge opérationnelle sur ventes de 13 % en hausse de plus de 5 points.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 536 millions d'euros en hausse de 38 % par rapport à 2009. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités Distribution sélective dans son ensemble progresse d'1 point et s'établit à 10 %.

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations s'établit à - 160 millions d'euros, en baisse par rapport à 2009. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média ainsi que les yachts Royal Van Lent, activité acquise en 2008.

Les Autres produits et charges opérationnels s'établissent à - 152 millions d'euros contre - 191 millions d'euros en 2009. En 2010, les Autres produits et charges incluent 32 millions d'euros de coûts de réorganisations commerciales ou industrielles et 36 millions d'euros de coûts liés aux cessions de la période. Le solde des Autres produits et charges est principalement constitué d'amortissements accélérés et dépréciations d'immobilisations incorporelles à hauteur de 92 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 4 169 millions d'euros, en hausse de 32 % par rapport à 2009.

Le résultat financier de l'exercice s'établit à 612 millions d'euros ; il était de - 342 millions d'euros pour l'exercice précédent.

Le coût global de la dette financière nette s'élève à 151 millions d'euros en 2010 contre 187 millions d'euros en 2009. Cette diminution provient des effets conjugués de la baisse de l'encours moyen de la dette financière nette au cours de l'exercice et de la prépondérance de la dette variable dans un contexte de taux bas.

Les autres produits et charges financiers sont de 763 millions d'euros, à comparer à - 155 millions d'euros en 2009. Le coût financier des opérations de change a un effet négatif de 96 millions d'euros en 2010 ; il était négatif de 46 millions d'euros en 2009. La gestion des investissements, placements et autres instruments financiers a généré un gain de 865 millions d'euros. Il inclut, à hauteur de 1004 millions d'euros, le gain, net de frais, relatif aux opérations Hermès enregistré lors du dénouement des contrats d'« equity linked swaps » ; celui-ci correspond à la différence entre la valeur de marché à cette date des titres acquis, et leur valeur sur la base du cours de bourse du 31 décembre 2009. Le solde, comme en 2009, provient de l'évolution des marchés ainsi que des charges de dépréciations d'investissements et placements financiers. Les autres charges financières sont de 20 millions d'euros contre 26 millions d'euros en 2009.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 31 % contre 30 % en 2009.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence en 2010 est de 7 millions d'euros, elle s'établissait à 3 millions d'euros en 2009.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 287 millions d'euros contre 218 millions d'euros en 2009 ; il s'agit principalement des minoritaires dans Moët Hennessy et DFS, leur progression reflétant la hausse des résultats de ces entités.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 3 032 millions d'euros ; hors effets de l'opération Hermès, le résultat net part du Groupe est de 2 287 millions d'euros, en hausse de 30% par rapport à 2009. Il représente 11 % des ventes en 2010 contre 10 % en 2009.

Commentaires sur les notions de périmètre et taux de change constants

Les effets de l'évolution des parités monétaires sont déterminés par conversion des comptes de l'exercice 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

	2010	2009	2008
Ventes (en millions d'euros)	3 261	2 740	3 126
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	55,2	48,4	57,6
Cognac	59,8	54,6	57,7
Autres spiritueux	12,4	12,3	25,1
Vins tranquilles et pétillants	39,9	36,2	36,9
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	9	9	8
Europe (hors France)	24	25	31
États-Unis	26	26	24
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	23	22	19
Autres marchés	12	12	12
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	930	760	1 060
Marge opérationnelle (en %)	28,5	27,7	33,9
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	94	103	158

Champagne et vins

Moët & Chandon a consolidé sa position de leader mondial du champagne. La marque a pleinement bénéficié de la reprise de la demande dans la plupart des grands pays consommateurs et a connu un essor remarquable dans les marchés émergents.

La création de *Moët Ice Impérial*, premier champagne élaboré pour être consommé sur glace pendant l'été, constitue une nouvelle illustration de la tradition d'innovation et de l'esprit pionnier de Moët & Chandon. Cette création a permis de proposer une expérience inédite et un mode de consommation du champagne radicalement nouveau. Le lancement du Millésime 2002, le premier depuis 1930 à avoir vieilli pendant sept ans, atteignant ainsi des niveaux exceptionnels de maturité et d'harmonie, a marqué la fin de l'année, soulignant l'expertise œnologique de la Maison.

Moët & Chandon a renforcé sa présence et sa visibilité dans les festivals cinématographiques internationaux. La Maison a également organisé sur ses terres un événement exceptionnel au moment des vendanges, célébrant son patrimoine et son savoir-faire en présence de son ambassadrice à l'international, Scarlett Johansson.

En forte croissance, **Dom Pérignon**, marque icône, a réalisé des performances remarquables aux États-Unis, en Europe et en Asie, dans un contexte de retour à la normale des stocks de la distribution. La marque a mis en œuvre des programmes

d'animation dynamiques, organisant notamment des dîners VIP pour mettre en lumière une histoire remontant à 1668 à l'Abbaye d'Hautvillers. Chose exceptionnelle, l'année 2010 a vu le lancement de quatre millésimes (Vintage 2002, Rosé Vintage 2000, Œnothèque Vintage 1996 et Œnothèque Rosé Vintage 1990, premier du genre) qui ont tous reçu un accueil enthousiaste de la presse spécialisée. Autre temps fort de l'année, l'hommage rendu à Andy Warhol, maître du Pop Art, au travers d'une édition limitée réalisée avec le concours du Central Saint Martin's College of Art et illustrée par une campagne publicitaire à l'international.

Les ventes de **Ruinart**, dont la stratégie s'oriente en priorité sur le développement des cuvées premium, enregistrent de bonnes progressions en France et à l'international. Plusieurs lancements ponctués par de beaux événements ont illustré les valeurs d'innovation de la marque, tels le coffret *Extraits* conçu par India Mahdavi et le *Fil d'Or*, créé par Patricia Urquiola. Au second semestre, Ruinart a lancé en France le coffret « Intégrale » réunissant ses six cuvées. Fidèle aux liens entretenus avec le monde artistique, la marque a maintenu sa présence au cœur des grandes manifestations d'art contemporain et son partenariat avec le magazine *Connaissance des Arts*.

Mercier, marque dont la stratégie est avant tout axée sur le marché français où elle est très appréciée, continue à renforcer sa présence dans la restauration traditionnelle via son programme original « Les Lieux de Toujours ».

Profitant pleinement de l'amélioration de l'environnement économique, **Veuve Clicquot** a fortement progressé sur l'ensemble de ses marchés. La nette reprise observée dans les grands pays traditionnels s'accompagne de l'apparition de belles perspectives sur des marchés émergents comme le Brésil et la Russie.

Les performances de Veuve Clicquot reposent sur la constance de sa stratégie de valeur, sur la qualité de ses vins reconnue par d'excellentes notations et sur sa tradition d'audace et d'innovation, particulièrement illustrée en 2010 par le succès du *Fridge*, étui design à la fois « vintage » et avant-gardiste.

Veuve Clicquot s'appuie en outre sur la mise en place d'une plateforme événementielle internationale et sur une offensive dans le domaine des nouveaux média (sites internet et réseaux sociaux, renforcement des relations avec les « bloggers »).

La fin d'année a été marquée par l'heureuse découverte, relayée par la presse du monde entier, des plus anciennes bouteilles de champagne Veuve Clicquot connues à ce jour. Des flacons intacts, retrouvés sur une épave au large des îles d'Åland en mer Baltique, datant du milieu du XIX^e siècle, présentent des qualités organoleptiques admirables.

Capitalisant sur ses fondamentaux, **Krug** a mis en œuvre un programme de dégustation en hommage à sa Grande Cuvée,

son champagne emblématique, porteur de valeurs de générosité, d'excellence et d'anticonformisme. Cette initiative a rencontré un vif succès dans le monde. Les champagnes Krug ont de nouveau bénéficié des meilleures notations internationales. La marque s'est attachée à faire découvrir ou redécouvrir son univers et l'excellence de ses champagnes aux représentants de la presse généraliste et spécialisée ainsi qu'à des consommateurs privilégiés lors de voyages à Reims et d'une soirée gastronomique inédite à Paris à laquelle ont prêté leur concours six chefs de renom venus du monde entier.

L'excellence des vins développés dans le monde par **Estates & Wines** est régulièrement reconnue par de nombreux critiques internationaux. Ces vins ont fortement progressé en 2010 sur tous leurs marchés, avec une mention spéciale pour les régions d'Asie-Pacifique et d'Amérique latine.

Les vins pétillants Chandon ont réalisé de remarquables croissances sur leurs marchés domestiques, consolidant ainsi leur position de leaders dans la catégorie super premium. Après le succès de son lancement au Japon et en Asie, la marque a poursuivi sa stratégie d'internationalisation.

Les marques de vins tranquilles, Cloudy Bay (Nouvelle-Zélande) et Terrazas de los Andes (Argentine) sur l'ensemble des marchés ainsi que Newton (Californie), Numanthia (Espagne), Cheval des Andes (Argentine) et Cape Mentelle (Australie) sur des marchés plus sélectifs, ont aussi à leur actif d'excellents résultats.

Château d'Yquem a proposé à la vente en primeur un millésime d'anthologie, le 2009, qui a reçu un accueil enthousiaste de la part des prescripteurs et des acheteurs internationaux, en particulier sur le marché asiatique. Désireux d'inscrire sa marque dans son époque, Château d'Yquem a créé son blog sous le nom de « mYquem » et a rejoint ses amateurs sur les réseaux sociaux.

Cognac et Spiritueux

Hennessy réalise une année de croissance dans l'ensemble des régions et pour toutes ses qualités de cognac. La marque renoue avec ses plus hauts historiques et confirme sa position de leader mondial en volume et en valeur.

Aux États-Unis, dans un contexte concurrentiel de baisse des prix, Hennessy a retrouvé une dynamique positive sans compromettre sa stratégie de valeur et a renforcé ses positions grâce à des innovations ambitieuses. *Hennessy Black*, lancé en 2009, confirme son succès à l'occasion de son déploiement sur l'ensemble du territoire américain. Le programme de concerts *Hennessy Artistry*, l'un des vecteurs les plus efficaces de promotion de la marque, prend aussi de l'ampleur à travers le pays avec la participation d'artistes prestigieux.

Hennessy conforte son leadership historique en Europe. La marque se renforce sur ses marchés traditionnels, tels que l'Irlande, l'Allemagne, la Russie ou le Royaume-Uni et se développe sur les nouveaux marchés d'Europe de l'Est et du Nord. La redynamisation de Hennessy *Fine de Cognac*, marque exclusivement destinée à

l'Europe, est un bon indicateur à la fois de la reprise et de la volonté de Hennessy d'investir sur ce continent.

Pour la troisième année consécutive, l'Asie est le principal moteur de croissance de Hennessy. En Chine, premier contributeur en profit, la marque connaît une croissance à deux chiffres pour l'ensemble de ses produits. Elle gagne de nouvelles positions grâce à une politique de distribution ambitieuse et au développement de sa gamme de prestige illustré notamment par le succès de *Paradis Horus*, édition limitée d'exception habillée par le designer Ferruccio Laviani. Hennessy poursuit son développement dans les autres pays asiatiques en maintenant une position forte à Taiwan et en progressant sur des marchés prometteurs comme le Vietnam, la Malaisie ou le Cambodge.

Au-delà de ses marchés principaux qui assurent une répartition très équilibrée de ses ventes, Hennessy poursuit sa stratégie de conquête des pays émergents d'Asie, d'Afrique, d'Europe Centrale et d'Amérique Centrale. Marque internationale et pourtant toujours profondément ancrée dans les cultures nationales, elle sait célébrer les instants historiques. Elle a ainsi lancé en 2010 deux éditions limitées au Mexique et au Nigeria pour célébrer l'anniversaire de l'indépendance de ces deux pays.

Soutenue par les investissements consacrés par Hennessy sur l'ensemble de ses marchés, la dynamique de la marque est guidée année après année par sa volonté de créer l'exception et de valoriser son offre. En 2010, la marque a réinventé ses classiques avec des séries « collector » à forte valeur ajoutée comme *X.O Odyssey* ou *V.S.O.P Helios*. Elle a également renforcé sa gamme de prestige avec le lancement de *Paradis Impérial*, un cognac à la finesse incomparable enchâssé dans une carafe de cristal et d'or imaginée par la jeune designer Stéphanie Ballini. Cette création est un rappel des relations historiques entretenues par Hennessy avec les Cours impériales.

Les whiskies single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg** se sont vu décerner de nouveau en 2010 les plus prestigieuses récompenses de l'IWSC (International Wine & Spirit Competition). Les efforts engagés par ces deux marques depuis qu'elles ont rejoint LVMH les placent en situation d'aborder dans les meilleures conditions une étape décisive de leur développement.

Le whisky Glenmorangie réalise une très bonne année aux États-Unis, en Europe continentale et en Asie. Cette progression très encourageante est soutenue par une nouvelle campagne publicitaire soulignant les efforts considérables mis en œuvre pour produire un single malt hors pair. La marque a puisé dans son riche patrimoine pour créer Glenmorangie *Finealta*, nouvel opus de sa collection *Private Edition*, qui réinterprète un whisky lancé pour la première fois en 1903. Glenmorangie, dont l'esprit d'innovation et de leadership ont été salués par six médailles d'or « Best in Class », a accru les capacités de sa distillerie et engagé la construction d'un nouveau site d'embouteillage bénéficiant de technologies de pointe. La marque se dote ainsi de bases solides et d'outils performants pour son développement à venir.

Ardbeq continue à s'affirmer comme la marque la plus désirable de whisky d'Islay. Elle enregistre une forte progression aux États-Unis et en Europe continentale. Le lancement d'Ardbeq *Corryvreckan* a rencontré un accueil enthousiaste et le produit s'est vu attribuer le titre de Best Single Malt dans la Bible du Whisky 2010.

La vodka **Belvedere** a connu une année exceptionnellement riche en développements. L'apport d'une nouvelle campagne publicitaire globale, une stratégie offensive basée sur les réseaux sociaux, le lancement de deux nouveaux produits, *Pink Grapefruit*, leader de la catégorie des vodkas macérées à ce jour, et *Intense Unfiltered 80*, constituent quelques-uns des événements marquants en 2010. Liée au monde de la nuit, la marque est soutenue par une politique d'animation très dynamique durant les « Fashion Weeks » et lors des principaux festivals de musique aux États-Unis. Ses ventes ont enregistré de fortes progressions et atteignent en 2010 un plus haut historique, témoignant du succès rencontré aux États-Unis mais aussi dans le reste du monde : l'Europe présente aujourd'hui la croissance la plus rapide.

Conformément à sa stratégie de développement, la marque **Wenjun** est désormais bien établie en Chine méridionale et a entrepris ses premières expéditions à Macao en octobre 2010 pour une distribution chez les cavistes et dans les restaurants. Une nouvelle campagne de publicité a été lancée en fin d'année afin d'accroître sa visibilité juste avant le pic des ventes du Nouvel An chinois. Une édition limitée *Master Selection*, proposée sur le site de visite de Wenjun, a été créée pour les collectionneurs.

Perspectives

Fort du rebond qui s'est manifesté en 2010 avec l'embellie relative de l'économie mondiale, le groupe d'activités Vins et Spiritueux entend poursuivre une croissance vertueuse de ses ventes en volume et en valeur au cours des mois qui viennent et consolider ses parts de marché.

Dans un univers toujours plus concurrentiel, les marques de LVMH continueront de capitaliser sur leurs puissants fondamentaux : excellence, authenticité, image de luxe et forte créativité. Tout en maintenant une grande attention à la maîtrise des coûts de production, leurs stratégies de développement s'appuieront sur leur forte capacité d'innovation et sur des investissements média et marketing importants.

La branche Champagne mène de front ses objectifs de progression dans les grands pays consommateurs avec des ambitions de plus en plus affirmées sur des marchés prometteurs comme le Japon et l'Amérique latine, relais de croissance à plus long terme. Les efforts de Hennessy sont prioritairement dédiés à ses deux zones géographiques clés, l'Asie, dominée par la Chine mais recelant d'autres gisements de croissance, et les États-Unis où la marque poursuit sa conquête de nouveaux consommateurs.

1.3 Mode et Maroquinerie

	2010	2009	2008
Ventes (en millions d'euros)	7 581	6 302	6 010
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	21	21	21
États-Unis	18	18	19
Japon	16	18	20
Asie (hors Japon)	30	28	25
Autres marchés	7	7	7
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	52	50	47
Ventes de gros	41	42	44
Licences	7	8	8
Autres	-	-	1
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	2 555	1 986	1 927
Marge opérationnelle (en %)	33,7	31,5	32,1
Nombre de magasins	1 188	1 164	1 090
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	370	262	311

Louis Vuitton

Louis Vuitton réalise une nouvelle année de croissance de ses ventes à deux chiffres et augmente encore ses parts de marché. Cette performance s'accompagne toujours d'une rentabilité exceptionnelle dans un contexte d'investissements soutenus dédiés au réseau de distribution, au renforcement des capacités de production et à la communication.

La croissance ininterrompue de Louis Vuitton, due au succès mondial de ses produits, est toujours soutenue par sa forte dynamique d'innovation. Dans le domaine de la maroquinerie, 2010 a vu un développement important de la ligne *Damier* dans ses trois couleurs, ébène, azur et graphite, l'apport de nouvelles créations dans les collections *Monogram* et *Vernis*, le lancement des premiers modèles de *Monogram Empreinte*, une nouvelle ligne en cuir souple embossé à fort potentiel. La Maison a renforcé la création de modèles en cuir haut de gamme et l'activité liée à la personnalisation de certains produits.

Louis Vuitton enregistre aussi de belles progressions dans ses autres métiers (prêt-à-porter, souliers, textile, accessoires...). Tout en poursuivant le développement de ses montres, la marque a affirmé sa montée en puissance dans l'univers de la haute joaillerie avec sa première participation à la prestigieuse Biennale des Antiquaires

à Paris. Invitée à exposer lors de cet événement majeur du marché de l'art international, Louis Vuitton a présenté 80 pièces joaillières exceptionnelles, incluant le deuxième opus de la collection *L'âme du Voyage* créée par Lorenz Bäumer.

Dans le domaine de la distribution, l'année 2010 s'est révélée tout aussi riche en développements. Dans le cadre de l'expansion qualitative du réseau de magasins, des ouvertures et des rénovations marquantes ont ponctué l'année sur tous les continents. L'un des temps forts restera l'inauguration de la Maison Louis Vuitton de New Bond Street à Londres : conçue comme l'appartement d'un collectionneur d'art et abritant nombre d'œuvres exceptionnelles, cette réalisation remarquable est l'une des plus sophistiquées de la marque en ce domaine. L'ouverture de deux nouveaux magasins à Shanghai, en parallèle à la participation de la Maison à l'Exposition Universelle, et l'implantation dans deux nouveaux pays, le Liban et Saint Domingue, constituent autant d'événements notables témoignant du leadership et de la dimension unique de Louis Vuitton au sein de l'univers de la haute qualité.

Louis Vuitton a intensifié et approfondi sa politique de communication. La marque a conforté sa présence dans les médias avec des campagnes fortes qui ont permis de refléter ses multiples facettes, y compris sa nouvelle signature joaillière. Au second semestre, la campagne illustrant les valeurs fondatrices de Louis Vuitton sur le thème du voyage a bénéficié de la participation d'Ali Hewson et Bono, fondateurs de la marque éthique de vêtements Edun qui développe le commerce équitable avec l'Afrique. À Paris, une exposition « Africa Rising », rendant hommage au dynamisme de l'art contemporain en Afrique, a accompagné le lancement de cette campagne. Au sein de ses différentes Maisons à travers le monde, de nombreuses initiatives ont contribué à illustrer les liens historiques de Louis Vuitton avec le monde de l'art et à mettre à l'honneur la richesse du savoir-faire de ses artisans. La fin de l'année a été marquée par une grande exposition consacrée à Louis Vuitton par le musée Carnavalet, spécialiste de l'histoire de Paris.

Afin de répondre à la très forte demande pour ses produits, Louis Vuitton a engagé d'importants efforts d'augmentation de ses capacités de production artisanale. L'année 2010 a vu l'achèvement du site de Fiesso d'Artico en Italie pour les souliers et l'inauguration des premiers ateliers des Tanneries de la Comète, futur centre de développement et d'excellence pour le cuir traité aux extraits végétaux. Louis Vuitton s'apprête en outre à ouvrir un nouvel atelier de maroquinerie à Marsaz dans la Drôme.

Fendi

Fendi réalise d'excellentes performances en 2010, illustrées par la croissance significative de toutes ses catégories de produits (maroquinerie, souliers, prêt-à-porter, fourrure et accessoires) et la forte progression de sa rentabilité qui atteint son meilleur niveau historique. Cette belle dynamique s'exprime dans l'ensemble des zones géographiques, soulignant la désirabilité de Fendi, l'attractivité de ses créations, l'efficacité croissante de son réseau

de boutiques et la qualité du service que ses équipes offrent à la clientèle : le travail de fond engagé au cours des dernières années pour valoriser la marque et consolider l'organisation générale de l'entreprise continue de porter ses fruits.

En maroquinerie, Fendi a poursuivi le développement de ses lignes historiques. La ligne star *Peekaboo* continue de s'affirmer comme une référence, alliant élégance, qualité et intemporalité. L'année 2010 a vu le lancement de nouvelles lignes.

Dans le cadre de l'expansion qualitative de son réseau de distribution, le Palazzo Fendi à Rome et le magasin de Plaza 66 à Shanghai ont été agrandis. Des ouvertures ont été réalisées entre autres à Las Vegas, Atlanta et Beverly Hills aux États-Unis, à Singapour et à Hangzhou en Chine.

Fendi a intensifié sa communication artistique selon ses axes privilégiés, sous l'impulsion de son créateur Karl Lagerfeld. Celle-ci met en valeur la créativité de la marque romaine et l'aspect artisanal, primordial dans son activité. Tout au long de l'année, des expériences innovantes reposant sur des artistes choisis ont permis de faire émerger des œuvres originales qui ont été saluées dans les différents salons du design en Europe et aux États-Unis.

Autres marques

Donna Karan continue de mettre en place les composantes de son modèle de développement. Après avoir traversé solidement la conjoncture difficile de 2009, la marque new yorkaise renoue en 2010 avec la croissance des ventes, aux États-Unis comme à l'international, et continue d'améliorer sa rentabilité. Elle est portée par le succès de ses défilés ainsi que par le travail réalisé depuis plusieurs années pour sublimer son image et renforcer l'esprit de ses créations avec des collections reflétant l'énergie new-yorkaise, construites autour des valeurs de sophistication et de fonctionnalité.

La ligne Donna Karan *Collection*, dont le nouveau positionnement donne d'excellents résultats, célèbre son 25^e anniversaire en 2010. Faisant suite à « Icons » et « Cashmere », son développement s'est poursuivi au travers d'une collection « Casual » alliant luxe et modernité. Cette nouvelle déclinaison permet d'élargir la base de clientèle et de se positionner sur un segment en fort développement. Un nouveau magasin consacré à la ligne *Collection* a été ouvert en décembre à Las Vegas.

Donna Karan a continué de consolider et d'étendre la présence internationale de sa ligne très new yorkaise, *DKNY*, qui réalise aussi de très bonnes performances, en Asie tout particulièrement.

Marc Jacobs poursuit son essor. La marque américaine est toujours portée par l'audience exceptionnelle de ses défilés, que ce soit pour sa ligne *Collection* éponyme ou pour la seconde ligne, *Marc by Marc Jacobs*. Le créateur a reçu en 2010 sa neuvième récompense du CFDA (Council of Fashion Designers of America). La marque réalise de très bonnes performances sur l'ensemble de ses marchés et rencontre un succès particulier avec ses accessoires *Collection* et ses

lignes d'accessoires et de joaillerie *Marc by Marc Jacobs*. Un nouveau parfum masculin a été lancé en 2010. Marc Jacobs a développé son réseau de distribution avec notamment l'ouverture de deux magasins phares, à Hong Kong et à Tokyo.

Le bon parcours de la marque espagnole **Loewe** en 2010 confirme qu'elle est désormais en plein essor. Elle recueille des résultats très encourageants de l'application de ses orientations stratégiques : concentration sur le cuir, son cœur de métier, réaffirmation de ses codes identitaires, déploiement d'un nouveau concept de magasin conçu par l'architecte Peter Marino. Les lignes de maroquinerie emblématiques, d'une qualité de cuir exceptionnelle, *Amazona* et *Napa*, sont en forte croissance. La collection de prêt-à-porter en cuir *Leather Icons* réussit au-delà de ses objectifs.

L'activité de **Céline** bénéficie du renouveau créatif entrepris avec l'arrivée de Phoebe Philo à la Direction artistique. Le succès médiatique très encourageant qui a accompagné les débuts de cette collaboration se traduit désormais en retombées commerciales significatives. Cette dynamique rejaillit sur l'ensemble des catégories de produits, prêt-à-porter, maroquinerie et souliers. Phoebe Philo a reçu en 2010 le titre de créatrice de l'année aux British Fashion Awards.

Kenzo poursuit ses efforts de repositionnement et de réorganisation. La marque s'est principalement concentrée en 2010 sur la rationalisation de son réseau de distribution.

Givenchy confirme la réussite de ses créations depuis l'arrivée de Riccardo Tisci et réalise une excellente année. Les bons résultats du prêt-à-porter Femme sont amplifiés par le développement des collections « capsules » qui reprennent les thèmes forts des défilés, initiative inaugurée en 2009 et étendue en 2010. L'activité Haute Couture a effectué une transition vers un concept de « Salon de Couture », plus proche, par son aspect exclusif, des racines de la Maison et des origines de ce métier prestigieux.

Thomas Pink enregistre une bonne croissance de ses ventes au sein de ses marchés clés, Royaume-Uni et États-Unis. La marque britannique a innové avec succès avec les lignes de chemises *Imperial*, *Informal* et *Comfort Stretch*. Elle s'attache à développer un service client exemplaire qui s'exprime tout particulièrement dans l'offre « Pink on Demand » qui lui a valu le grand prix décerné lors de la cérémonie des *Retail System Awards* à Londres.

Thomas Pink a développé sélectivement son réseau de distribution, inaugurant notamment sa présence en Australie. Ses ventes en ligne poursuivent un développement rapide.

Pucci, marque emblématique, unique par son inspiration originale, continue de capitaliser sur ses atouts historiques et bénéficie de la mise en œuvre progressive des orientations stylistiques apportées par Peter Dundas. Un nouveau showroom a été ouvert à Milan. L'année 2010 est également marquée par la publication d'un ouvrage exceptionnel sur Pucci chez Taschen, éditeur de livres d'art.

Berluti réalise une bonne année, portée par le succès de ses collections de souliers et la montée en puissance de ses lignes de maroquinerie. Plusieurs lancements ont ponctué l'année : les *Démésures Incision*, le mocassin *Indio2*, les modèles « triptyque » de la ligne *Pierre*. L'inauguration du magasin de Shanghai Peninsula, une nouvelle campagne de communication et le lancement d'un nouveau site internet constituent les autres temps forts de l'année.

Perspectives

En 2011, **Louis Vuitton** maintiendra sa forte dynamique d'innovation et la mise en avant de ses valeurs de perfection et sophistication. La marque étendra ses services de personnalisation, poursuivra le développement qualitatif de son réseau mondial de magasins et le renforcement de ses capacités de production. Le nouvel atelier de Marsaz dans la Drôme ouvrira au printemps 2011. Affirmant ses ambitions dans le domaine de la haute joaillerie, Louis Vuitton ouvrira une boutique dédiée et un atelier d'artisans joailliers place Vendôme à Paris. Le lancement d'une nouvelle plateforme digitale est également prévu au premier semestre.

Fendi continuera de s'appuyer sur le développement de ses produits iconiques et la mise en avant de son savoir-faire, alliant tradition artisanale et innovation stylistique. Son réseau de distribution sera renforcé dans les régions à fort potentiel.

Dans le prolongement du rebond significatif de leurs activités en 2010, les autres marques accentueront leur dynamique et poursuivront la mise en œuvre des différentes composantes de leur modèle de développement. La qualité des équipes créatives mises en place permettra d'accroître l'impact commercial des collections. L'attention portée à l'excellence à tous niveaux est également une priorité absolue pour l'ensemble de nos marques.

1.4 Parfums et Cosmétiques

	2010	2009	2008
Ventes (en millions d'euros)	3 076	2 741	2 868
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	48	53	54
Maquillage	34	28	28
Produits de soins	18	19	18
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	14	17	16
Europe (hors France)	39	39	42
États-Unis	8	8	8
Japon	6	7	6
Asie (hors Japon)	18	16	14
Autres marchés	15	13	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	332	291	290
Marge opérationnelle (en %)	10,8	10,6	10,1
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	103	99	144
Nombre de magasins	75	65	62

Parfums Christian Dior

Parfums Christian Dior réalise de remarquables performances, avec une croissance à deux chiffres de ses ventes et de son résultat opérationnel courant. L'année est marquée par le rebond des grands marchés traditionnels et la poursuite de la croissance en Asie.

Accentuant sa stratégie de valorisation, la marque a maintenu et mis en avant une approche très sélective dans ses créations, dans le développement de son savoir-faire en accord avec les valeurs de la Couture et dans la conception et l'animation de ses points de vente. La dynamique exceptionnellement soutenue des lignes phares et la mise en œuvre d'une politique d'innovation très qualitative conduisent à une progression de l'ensemble des axes, parfum, maquillage et soin. L'activité de la marque a été soutenue par d'importants investissements publicitaires sur ses marchés prioritaires.

Dans le domaine du parfum, Dior a privilégié le développement de ses piliers stratégiques. La confirmation du succès mondial de *Miss Dior Chérie*, une nouvelle déclinaison de *J'adore*, le déploiement d'*Eau Sauvage*, la création de nouveaux films pour *Hypnotic Poison* et *Dior Homme*... sont quelques temps forts de 2010. L'année est également marquée par la création d'un nouvel opus dans la série des *Escapes* et par le lancement de la *Collection Couturier Parfumeur*, véritable hommage à Monsieur Dior : cette collection signée par François Demachy, parfumeur-créateur de la Maison, rassemble dix fragrances conditionnées à la main qui, de l'Oriental à la Cologne,

du féminin au masculin, sont composées avec les matières les plus nobles et les plus précieuses de la parfumerie.

Sur le terrain du maquillage où l'innovation joue un rôle majeur, Dior s'est illustré au premier semestre 2010 par le succès de son mascara *Diorshow Extase* et l'extension de sa gamme de fond de teint *Diorskin Nude*. La seconde partie de l'année a vu le lancement très réussi du nouveau *Rouge Dior*, dont les 32 teintes sont directement inspirées de la haute couture, et celui d'une collection de vernis conçue dans le même esprit et offrant, elle aussi, une exceptionnelle palette de couleurs.

Le soin réalise une très forte performance, particulièrement nourrie par la solide progression de la gamme anti-âge emblématique *Capture* et le grand succès du sérum nouvelle génération *Capture One Essential* lancé en 2010.

L'ensemble de ces développements confortent la marque dans sa légitimité, sa modernité et son expertise.

Guerlain

Après avoir bien résisté l'année précédente aux effets de la crise économique sur le marché des parfums et cosmétiques, **Guerlain**, l'une des plus anciennes Maisons de parfums au monde, créée en 1828, renoue avec sa forte dynamique de croissance et établit un nouveau record de ventes et de profit. La marque réalise des performances exceptionnelles en France et progresse fortement en Chine.

La progression des parfums est particulièrement nourrie par le succès confirmé de la nouvelle fragrance *Idylle* et par la solidité exceptionnelle du mythique *Shalimar*. L'année 2010 souligne également la performance durable de la ligne de soin *Orchidée Impériale*, qui enregistre une croissance à deux chiffres, ainsi que les débuts prometteurs de l'innovation *Abeille Royale* issue de la gelée royale. L'activité du maquillage a bénéficié du renforcement de la poudre *Terracotta*, et du lancement d'un nouveau fond de teint, *Lingerie de Peau*, qui a reçu un accueil très favorable.

Continuant d'affirmer son statut de grand nom de la beauté, Guerlain a renforcé son réseau de boutiques en France (rénovation de la boutique parisienne de Passy et ouverture d'un point de vente au Printemps Haussmann) et à l'international (réouverture de la boutique « impériale » de Tokyo et inauguration de deux espaces exclusifs à Dubaï).

Autres marques

Parfums Givenchy réalise une excellente année avec une forte hausse de ses ventes et une nette croissance de sa rentabilité opérationnelle. Cette dynamique s'est manifestée dans la quasi-totalité des zones géographiques et des circuits de distribution. Les lignes les plus dynamiques sont les parfums *Ange ou Démon* et *Play* (dont la version féminine, *Play for Her*, a été lancée avec succès en 2010), *Le Soin Noir* et *Vax'in*, sérum anti-âge novateur lancé en cours d'année. Entre autres innovations, Parfums Givenchy a lancé *Mister Lash Booster*, un sérum revitalisant pour les cils.

L'activité de **Parfums Kenzo** a bénéficié de la bonne tenue de la ligne *FlowerbyKenzo* qui a positivement réagi à sa nouvelle campagne publicitaire et du lancement d'une variante boisée dans la ligne *Kenzo Homme*.

Fendi est revenu sur le marché de la parfumerie au second semestre 2010 avec *Fan di Fendi*, une nouvelle ligne au design très identitaire, lancée par le réseau commercial LVMH Fragrance Brands dans une dizaine de pays. Ce parfum enregistre des premiers résultats excellents et sera étendu dans le reste du monde en 2011.

Parfums Emilio Pucci a continué d'étendre sa présence au plan mondial et a lancé une nouvelle fragrance, *Miss Pucci*.

Le parcours de **Benefit** continue de s'inscrire en 2010 dans sa dynamique de croissance rapide. La marque se renforce aux États-Unis, son pays d'origine, et poursuit son développement en Asie et en Europe. Marque jeune et créative, prioritairement axée sur des solutions astucieuses et efficaces de maquillage, Benefit s'appuie avec succès sur son talent unique pour concilier le sérieux de ses produits et l'aspect ludique et décalé de leurs noms et de leurs packagings. Plusieurs innovations à succès, comme *Sugarbomb* (poudre compacte), *Stay don't Stray* (base de teint) et *Girl Meets Pearl* (fluide nacré), ont jalonné l'année 2010. La marque a également mis l'accent sur le développement de son concept de *Brow Bars* (Bars à Sourcils) en parfumeries et a renforcé sa présence dans les média digitaux.

Make Up For Ever réalise une nouvelle année de croissance exceptionnelle de ses ventes et de son résultat. La marque progresse sur l'ensemble de ses marchés, tout particulièrement en Amérique du Nord et en Europe. Elle a fortement accru ses parts de marché en Asie et a repris le contrôle de sa distribution en Corée. Afin de communiquer sur son nouveau rouge à lèvres *Rouge Artist*, Make Up For Ever a pour la première fois lancé des campagnes média d'envergure en France et aux États-Unis. Les deux lignes phares *Aqua* et *HD (Haute Définition)* ont été renforcées avec les lancements d'*Aqua Cream* et *HD Blush*. Tout en accentuant ainsi son succès auprès du grand public, la marque a enregistré un taux de croissance élevé sur le segment du maquillage professionnel et a accru son rayonnement en relation avec le monde du spectacle.

Fresh et **Parfums Loewe** enregistrent de bonnes progressions. La marque américaine renforce son offre dans le soin visage et corps avec de nouveaux produits aux ingrédients naturels. La

marque espagnole démontre une excellente résistance dans son pays d'origine, et accentue sa croissance à l'international. **Acqua di Parma** réalise d'excellentes performances auxquelles contribuent le succès constant de ses lignes de parfum, emblématiques du chic italien, et quelques innovations très sélectives.

Perspectives

Dans la continuité de la dynamique démontrée en 2010, l'année 2011 s'annonce riche en développements pour les marques du groupe Parfums et Cosmétiques.

Parfums Christian Dior a de fortes perspectives de croissance pour *Miss Dior Chérie* qui bénéficiera de la proximité de Natalie Portman, sa nouvelle égérie. Des efforts particuliers seront également dédiés à la gamme de rouge à lèvres *Dior Addict*, de même qu'au relancement de la ligne de soin *Capture Totale* autour du pouvoir régénérateur cellulaire du sérum *One Essential* et avec l'addition d'un nouvel actif cosmétique exclusif. *J'adore* sera fortement soutenu comme chaque année. De nombreuses initiatives participeront au renforcement de la désirabilité de la marque Dior en liaison avec la Haute Couture et s'appuieront sur la recherche d'excellence et la visibilité accrue des points de vente de la marque à travers le monde.

Les objectifs de **Guerlain** sont également ambitieux. Une nouvelle évolution du mythe *Shalimar* et une nouvelle communication pour *Idylle* constitueront les temps forts de l'année 2011 en parfum. Dans le domaine de la beauté, Guerlain renforcera encore les gammes *Orchidée Impériale*, *Abeille Royale* et *Terracotta* et lancera un nouveau rouge à lèvres.

L'actualité de **Parfums Givenchy** sera dominée par le lancement d'un nouveau parfum féminin, développé avec la collaboration de la Maison de Couture, qui sera très emblématique des valeurs de Givenchy.

Parfums Kenzo lancera une nouvelle fragrance féminine tout en dévoilant une nouvelle déclinaison très originale de *FlowerbyKenzo*.

Benefit continuera d'illustrer sa dynamique d'innovation tout au long de l'année et étendra sa distribution dans tous ses marchés clés. La marque ouvrira sa première boutique à New York.

Make Up For Ever se concentrera sur le renforcement de ses deux gammes stars, *Aqua* et *HD*, tout en développant son offre dans le domaine du maquillage professionnel.

1.5 Montres et Joaillerie

	2010	2009	2008
Ventes (en millions d'euros)	985	764	879
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	9	8
Europe (hors France)	25	27	28
États-Unis	17	18	19
Japon	12	12	12
Asie (hors Japon)	21	17	16
Autres marchés	17	17	17
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	128	63	118
Marge opérationnelle (en %)	13,0	8,2	13,4
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	46	23	39
Nombre de magasins	122	114	104

TAG Heuer

En 2010, TAG Heuer a célébré avec panache son 150^e anniversaire, réalisant une forte croissance organique de ses ventes sur l'ensemble des marchés, incluant un développement très soutenu en Chine, une croissance à deux chiffres aux États-Unis et une bonne performance au Japon.

TAG Heuer a achevé l'industrialisation de son mouvement automatique de chronographe, le Calibre 1887, lancé avec succès sur la ligne *Carrera*. Ce développement a obtenu le Grand Prix de l'Horlogerie de Genève et a reçu un excellent accueil commercial. Lors du salon de Bâle, TAG Heuer a également présenté un concept de régulateur magnétique, le Pendulum, une innovation alternative aux organes réglants classiques.

Dans le domaine de l'horlogerie féminine, TAG Heuer a accru son offre avec la *FI* acier et céramique, modèle pour lequel la demande a surpassé les meilleures prévisions.

Enfin, TAG Heuer a accru son parc de magasins avec une vingtaine d'ouvertures, en propre et en franchise, notamment en Chine et en Asie du Sud-est, mais aussi au Japon, en Russie et à Paris. La marque compte désormais plus de cent magasins dans le monde (en propre et en franchise) dont la productivité progresse significativement.

Le célèbre acteur chinois Chen Dao Ming a rejoint la prestigieuse équipe d'Ambassadeurs TAG Heuer. La marque a renforcé ses investissements marketing, notamment en télévision et sur internet. Elle a saisi l'opportunité de son 150^e anniversaire pour intensifier sa communication et mettre en avant son profil avant-gardiste, ses valeurs d'audace et de performance et sa maîtrise technologique. Différentes initiatives très remarquées ont ainsi jalonné l'année, au nombre desquelles une exposition en hommage à son prestigieux

héritage qui a parcouru le monde dans le cadre d'une opération de partenariat avec Tesla Motors baptisée « L'Odyssée des pionniers ».

Hublot

Après avoir fait preuve d'une résistance remarquable en 2009, Hublot a accéléré son développement sur plusieurs fronts en 2010.

Sa manufacture à Nyon est montée en puissance et en capacité avec l'intégration de la « Confrérie Horlogère », cellule de recherche et développement en haute horlogerie, et la mise au point de son propre mouvement chronographe UNICO.

Hublot a également étendu son réseau de boutiques en s'implantant dans des emplacements stratégiques à Paris (place Vendôme), à Pékin, Singapour, New York, Miami, St Thomas... autant d'ouvertures qui confèrent à la marque une forte visibilité et un positionnement de premier plan au sein du luxe horloger.

Hublot a augmenté ses investissements marketing avec des partenariats originaux et médiatisés tels que la Coupe du Monde de Football jusqu'en 2014, le Championnat mondial de F1 et la Fashion Week de New York.

Hublot a poursuivi une montée en gamme très soutenue avec la ligne *King Power*, la ligne féminine de chronographes *Big Bang*, *Tutti Frutti*, sertie de pierres précieuses, et de nombreuses complications de haute horlogerie développées par la manufacture et sa « Confrérie Horlogère ». Hublot a ainsi accru significativement sa part de marché dans le segment de la haute horlogerie. La marque a également commencé son implantation en Chine, avec des magasins à forte visibilité et en partenariat avec les acteurs Jet Li et Fan Bing Bing.

Enfin Hublot s'est vu décerner le « Walpole Award for Excellence 2010 » couronnant les plus prestigieuses marques de luxe.

Zenith

La Manufacture Zenith a réussi un redressement très énergique après la réorganisation conduite fin 2009.

Le renouveau de ses collections, inspiré par un retour aux classiques horlogers et par le savoir-faire légendaire de la manufacture, a été salué par les clients et les prescripteurs.

La réduction du nombre de références au catalogue et la mise en valeur de la performance toujours inégalée du célèbre mouvement El Primero ont fortement dynamisé la demande sur tous les marchés.

La marque s'est associée avec des personnalités qui font figure de véritables pionniers dans leur discipline, comme l'explorateur Jean-Louis Etienne, en cohérence avec l'esprit d'avant-garde de la manufacture dans le domaine horloger. Le chronographe *El Primero Striking 10th*, affichant une lecture directe du dixième de seconde, a constitué une innovation illustrant particulièrement cet esprit pionnier et s'est trouvé rapidement en rupture de stocks.

Zenith connaît une progression remarquable en Asie chinoise où la marque est très appréciée et reconnue.

Autres marques

Inspirée par son histoire, la Maison **Chaumet** développe des lignes thématiques originales et reconnaissables, tant en joaillerie qu'en horlogerie. Principale innovation de l'année 2010, la collection joaillière *Joséphine* fait référence aux créations historiques de diadèmes par les artisans de Chaumet et rend hommage à l'Impératrice Joséphine qui fut la première grande cliente du fondateur de la Maison. Ce lancement a connu un vif succès. Chaumet a par ailleurs développé ses collections de montres joaillières.

Chaumet a fortement développé sa présence en Asie avec l'ouverture de magasins dans différentes villes chinoises ainsi qu'à Singapour. Elle a également gagné des parts de marché sur ses débouchés traditionnels que sont la France et le Japon, tout en y améliorant la productivité de ses magasins et sa rentabilité.

Sophie Marceau, égérie de Chaumet, a illustré une nouvelle campagne publicitaire mettant en scène sensualité et pureté des lignes joaillières.

Les **Montres Dior** ont poursuivi la réduction de leur distribution et ont amélioré leur présence au sein des boutiques de Dior Couture.

De nouvelles créations horlogères sont venues appuyer la montée en gamme de la ligne stratégique *Christal*. La gamme *Mini D*, qui complète et renforce depuis 2009 la collection *D de Dior*, couronne un positionnement féminin élégant et précieux.

De Beers a enregistré une forte croissance, amélioré la productivité de ses magasins et communiqué davantage sur son savoir-faire de joaillier diamantaire.

De nouvelles collections classiques sont venues compléter l'offre de la Maison. Les ventes de bagues de fiançailles ont progressé significativement sur tous les marchés, les magasins De Beers étant désormais reconnus comme une destination légitime pour un investissement aussi important. Il en va de même pour la Haute Joaillerie où la demande a crû pour des pierres exceptionnelles.

À noter l'ouverture d'un magasin à Singapour, à Marina Bay Sands, qui, après le succès rencontré à Hong Kong et Taïwan, confirme l'intérêt pour la marque de la clientèle asiatique.

Fred, joaillier aux créations très contemporaines, poursuit une croissance ciblée en France et au Japon avec un travail continu sur ses lignes iconiques *Force 10* et *Success*.

Une ligne de bagues *Force 10* est venue renforcer le succès du célèbre bracelet inspiré du monde de la voile et relancé en 2008.

La publicité à laquelle contribue Kate Moss, égérie de la marque, a été renforcée. Fred a donné priorité à l'amélioration de la productivité de son réseau de magasins existants. La Maison a lancé en décembre son site de vente en ligne sur le marché français, www.fred.com.

Perspectives

En 2011, la stratégie de développement rentable du groupe d'activités Montres et Joaillerie sera poursuivie et renforcée avec des objectifs ambitieux.

Les investissements en communication vont être soutenus, y compris sur internet, et resteront très ciblés sur marques et marchés prioritaires. L'Asie chinoise se verra consacrer une attention particulière, l'objectif restant néanmoins de développer une activité équilibrée entre les principaux continents.

Le groupe d'activités renforcera son réseau de boutiques en Chine, pays à fort potentiel, et le développera sélectivement sur d'autres marchés. Parmi les ouvertures attendues, **Hublot** à New York sur Madison avenue, **TAG Heuer** au City Center de Las Vegas, **Zenith** à Hong Kong, **De Beers** à Pékin et Hong Kong. Les marques TAG Heuer, Hublot et **Chaumet** engagent un programme important d'ouvertures en Asie. **Fred** ouvrira une boutique à Paris, dans le quartier du Marais.

TAG Heuer et Hublot vont accroître leur propre production de mouvements horlogers, se donnant ainsi les meilleurs moyens de poursuivre leur recherche de qualité extrême.

Zenith va lancer un programme de rénovation de sa manufacture au Locle afin d'en accroître la capacité et la productivité.

Les marques horlogères présentent dès janvier 2011 leurs nouvelles collections en Suisse et dans le monde, avant même le traditionnel salon de Bâle fin mars. De nombreuses innovations seront dévoilées dans chacune de leurs gammes iconiques, traduisant une volonté continue de créativité et de haute qualité dans tous les segments de marché.

1.6 Distribution sélective

	2010	2009	2008
Ventes (en millions d'euros)	5 378	4 533	4 376
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	22	24	24
Europe (hors France)	8	10	11
États-Unis	37	37	38
Japon	2	2	3
Asie (hors Japon)	24	20	19
Autres marchés	7	7	5
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	536	388	388
Marge opérationnelle (en %)	10,0	8,6	8,9
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	196	183	228
Nombre de magasins			
Sephora	1 070	986	898
Autres ⁽¹⁾	76	89	155

(1) À partir de 2009, la méthode de comptage des magasins DFS a été modifiée. Si on appliquait cette méthode à 2008, le nombre de magasins s'élèverait à 80.

DFS

DFS, qui fêtait son cinquantième anniversaire en 2010, a connu une année de forte progression. L'activité a été portée par le développement continu du tourisme asiatique et par la hausse du yen par rapport au dollar US, phénomène favorable à la clientèle japonaise. Les magasins de Hong Kong, Macao et Singapour, destinations très fréquentées par les voyageurs asiatiques, enregistrent des croissances remarquables : DFS recueille clairement les fruits d'une stratégie ayant anticipé de longue date la montée en puissance de cette clientèle à fort potentiel et du travail accompli pour cibler au mieux l'offre et les services qui lui sont dédiés. Hawaï, Guam et l'Amérique du Nord font preuve également d'une excellente dynamique. Les concessions récentes, Abu Dhabi au Moyen-Orient et Mumbai en Inde, progressent régulièrement.

Les investissements consacrés aux magasins stratégiques ont été poursuivis en 2010. La *Galleria* de Sun Plaza à Hong Kong, dont la rénovation et l'expansion ont été achevées, a été le théâtre, lors de sa réouverture en novembre, de la célébration du cinquantième anniversaire de DFS. La seconde implantation à Macao, City of Dreams, a été complétée au cours de l'été. À Hawaï, marquant la première étape de la rénovation de la *Galleria* dans son ensemble, l'espace Beauté a été renforcé de manière à offrir une palette de marques et de services unique au sein de cette destination.

DFS continue de fonder sa stratégie sur l'attractivité croissante et la montée en gamme de ses magasins dans l'ensemble des

destinations. Cette politique repose notamment sur une offre de plus en plus orientée vers les marques et produits de luxe et sur l'augmentation des services proposés à sa clientèle. On notera parmi d'autres initiatives le développement du programme « Platinum » conçu pour les clients les plus importants, incluant une communication dédiée, des événements exclusifs et un accueil personnalisé pour effectuer leur choix et opérer leurs achats dans les meilleures conditions. Ce concept, que DFS a inauguré à Hong Kong Sun Plaza, est en voie d'extension à d'autres destinations.

Miami Cruiseline

Miami Cruiseline a bénéficié d'une reprise graduelle de l'activité des croisières, dont l'impact est surtout sensible au second semestre. La croissance des ventes enregistrée en 2010 a été particulièrement nourrie par la mise en service du navire *Oasis of the Seas* de la compagnie Royal Caribbean, un bâtiment de grande taille où Miami Cruiseline dispose d'un espace propice à l'expression idéale de son savoir-faire.

Tout en maintenant les efforts visant à renforcer sa rentabilité, la société a accentué la stratégie de différenciation de son approche commerciale et de son offre produits en fonction de la clientèle fréquentant chaque ligne de croisière.

Sephora

Sephora réalise des performances remarquables partout dans le monde. Cette dynamique, qui se traduit par de nouveaux gains de parts de marché dans toutes les zones d'implantation, est d'autant plus remarquable qu'elle fait suite à une très solide progression en 2009.

Unique acteur global de la distribution sélective des parfums et cosmétiques, l'enseigne continue de s'appuyer sur les vecteurs de ce succès mondial : un concept fort et différenciant alliant liberté, plaisir et conseil ; une offre très complète et particulièrement innovante qui allie une palette unique de grandes marques sélectives, un ensemble de marques exclusives et les lignes de produits *Sephora* ; la contribution de programmes de fidélité de plus en plus sophistiqués et performants qui permettent d'affiner et personnaliser la relation avec les clients. Sephora s'appuie enfin et surtout sur le développement continu des compétences de ses conseillers de vente et managers grâce à une politique de formation maison très poussée, conçue à Paris par la Sephora University et déclinée partout dans le monde. L'année 2010 a vu un renforcement tout particulier de l'expertise en soin.

Sur le continent européen, Sephora continue d'affirmer son statut de leader et enregistre la progression la plus rapide du marché. L'enseigne confirme et renforce son rang de numéro 1 en France tout en accentuant son avance dans les autres pays clés. Son expertise, son attractivité et son caractère innovant sont de plus en plus reconnus par l'industrie des parfums et cosmétiques, soulignés par la presse, les prix décernés et les études menées auprès des consommateurs. Au 31 décembre 2010, le réseau européen totalise 673 magasins.

En parallèle à la modernisation activement poursuivie des magasins existants, 34 ouvertures nettes ont été réalisées au cours de l'année. De très beaux magasins situés dans des emplacements exceptionnels ont été ouverts, en particulier à Milan en Italie et à Madrid en Espagne. Le magasin phare des Champs-Élysées à Paris a été réaménagé pour gagner en fluidité et en lisibilité.

L'excellente dynamique de l'enseigne aux États-Unis, où la croissance des ventes s'est affirmée de trimestre en trimestre, se double d'un grand succès au Canada, marché qui monte en puissance et confirme son fort potentiel. De ce côté de l'Atlantique tout comme en Europe, l'année 2010 a été riche en développements : exclusivités, nouveaux produits, déploiement des « Beauty Studios », initiatives très innovantes dans le domaine des nouveaux média (application pour téléphones mobiles, implication dans les média sociaux...). Sephora a également engagé un important programme de rénovation de ses magasins et d'amélioration du merchandising dont le déploiement vise à enrichir encore l'expérience procurée à la clientèle. Le réseau de Sephora en Amérique du Nord représente 276 magasins au 31 décembre 2010.

L'année 2010 a été marquée par l'acquisition de Sack's, le leader des ventes en ligne de parfums et cosmétiques sélectifs au Brésil, opération qui marque l'inauguration de la présence de Sephora au sud du continent américain. L'enseigne a conclu en novembre un accord de joint-venture en vue de son implantation au Mexique, deuxième marché de la beauté en Amérique latine après le Brésil.

En Chine où son entrée remonte à l'année 2005, Sephora poursuit sa croissance et continue d'affiner son offre sur cet immense territoire qui compte désormais près de 100 magasins. Ses parts de marché commencent à devenir significatives à Shanghai et Pékin (une vingtaine de magasins dans chaque ville). En Asie du Sud, le magasin phare de Singapour Ion Orchard est un grand succès. Sephora développe sa présence sur ce territoire avec l'ouverture d'un magasin d'exception à Marina Bay Sands. L'enseigne réalise une excellente année au Moyen-Orient, marché abordé plus récemment où elle dispose de 20 magasins au 31 décembre 2010.

Enfin, les sites de vente en ligne opérant aux États-Unis, en France et en Chine poursuivent leur politique d'innovation, étendent leurs services et connaissent une forte croissance de leur activité, portée par l'essor mondial de ce canal de vente.

Le Bon Marché

Après avoir solidement traversé l'année 2009, **Le Bon Marché** enregistre une nette reprise de ses ventes en 2010. Les secteurs du luxe et de la mode ont plus que jamais contribué à cette dynamique.

L'activité du grand magasin de la rive gauche est portée par les investissements consentis depuis plusieurs années pour renforcer son identité et son caractère unique dans le paysage commercial parisien. L'année 2010 marque à ce titre une étape décisive de la transformation entreprise. Au printemps, l'inauguration de la « Maison d'Édition » a remis en lumière les éléments forts du

patrimoine architectural du bâtiment, en particulier sa magnifique verrière d'origine. Lieu inspiré, fidèle reflet de l'esprit créatif et sélectif du Bon Marché, la « Maison d'Édition » déploie un univers dédié à l'art de vivre sur l'intégralité du deuxième étage. À l'automne, c'est l'ouverture du nouveau « Balthazar » qui a fait l'actualité, dévoilant un vaste espace de 3 800 m² dédié aux hommes. Un département souliers d'exception, proposant un choix unique à Paris, constitue l'un des éléments forts de ce nouveau « dressing pour les hommes ».

Expositions, rencontres littéraires et autres événements porteurs d'image ont été organisés tout au long de l'année. Ceci en ligne avec la stratégie visant à donner au Bon Marché, au-delà même de sa vocation commerciale très sélective, la dimension d'un lieu privilégié de découvertes et d'expérience culturelle.

Perspectives

DFS a de bonnes perspectives de croissance dans les mois qui viennent, alimentées par la persistance des tendances positives de l'année 2010. Le programme d'extension et de rénovation des *Gallerias* sera activement poursuivi à Macao Four Seasons, Hawaï, Singapour et Okinawa. En parallèle à ces investissements, DFS continuera de renforcer les services proposés à sa clientèle et maintiendra sa stratégie de montée en gamme avec le référencement de catégories de produits à fort potentiel (montres, beauté...) et l'arrivée de nouvelles marques de luxe. DFS vient par ailleurs d'annoncer, en partenariat avec Hysan Development, un projet d'ouverture d'une troisième *Galleria* à Hong Kong en 2012, dans le district de Causeway Bay, quartier commercial très prisé à la fois par les clientèles locales et par les touristes. Cette initiative s'inscrit dans la volonté de DFS de saisir toutes les opportunités propres à renforcer ses perspectives de croissance à venir.

Miami Cruiseline bénéficiera en 2011 de la contribution de plusieurs nouveaux navires de croisière et de la tendance à l'accroissement de la taille des bâtiments. La montée en puissance de nouvelles catégories de passagers et le développement de nouveaux itinéraires est également un facteur positif. Afin de tirer profit de ces évolutions, Miami Cruiseline continue d'adapter ses assortiments aux spécificités de chaque ligne de croisière.

Dans la continuité de sa forte dynamique, **Sephora** a d'ambitieux objectifs de développement et de gains de parts de marché en 2011. L'enseigne accélérera le rythme de ses ouvertures dans les pays clés où elle entend consolider son leadership et sur les marchés à fort potentiel comme la Chine où elle a la volonté d'établir rapidement de fortes positions. Des investissements significatifs seront également consacrés à la modernisation du parc de magasins existants en Europe et aux États-Unis, ainsi qu'au développement de l'activité générée par les sites internet. L'accent sera mis plus que jamais sur la dimension d'innovation dans l'offre, dans les services et dans le perfectionnement des programmes de fidélité. L'ensemble de ces actions sera relayé par des investissements marketing soutenus.

Fort des derniers développements visant à conforter son positionnement d'exception auprès d'une clientèle parisienne et internationale exigeante, **Le Bon Marché** ambitionne une forte croissance de son activité en 2011. Le grand magasin de la rive gauche continuera de se concentrer sur les valeurs d'exception qui lui confèrent son caractère unique de « Concept Store ». Ce qui se traduira dès 2011 tout d'abord par un réaménagement partiel des espaces de vente du rez-de-chaussée, permettant de donner plus de place encore aux marques de luxe. Mais aussi par la poursuite de l'effort pour améliorer la qualité de l'accueil, ainsi que la mise en place de nouveaux services, ces actions visant à renforcer l'adhésion des clients au magasin.

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

2.1 Risques stratégiques et opérationnels

2.1.1 Atteinte à l'image et à la 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 2010 s'élève à 13,7 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'Europe, 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. 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 2010 des coûts, internes et externes, de 20 millions d'euros environ.

2.1.3 Contraintes liées aux engagements contractuels

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 5,3 milliards d'euros au 31 décembre 2010 ; ces engagements sont détaillés dans les Notes 29.1 et 29.2 de l'annexe aux comptes consolidés. Il n'existe cependant aucun contrat 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 3,7 milliards d'euros au 31 décembre 2010, 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 de Moët Hennessy, dont le montant de dividendes minimum est fixé contractuellement à 50 % du résultat consolidé, ainsi que DFS, dont le montant de dividendes minimum est fixé contractuellement à 50 % du résultat consolidé.

2.1.4 Exposition du Groupe à l'international

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.

2.1.5 Dommages occasionnés par les produits du Groupe

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, leur étiquetage, 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, ses cibles étant ses 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, pour lesquels elle s'élève à environ 35 %. 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 et qui répondent 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, ainsi qu'en cuirs, toiles et fourrures dans le cadre des activités Mode et Maroquinerie. 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. 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. 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, un ensemble de mesures permettant d'assurer la protection des données sensibles, ainsi que des plans de continuité d'exploitation au niveau de chaque Maison.

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 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 140 jours d'audit ont été réalisés par des cabinets d'ingénieurs en 2010.

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

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.

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 0,25 % 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 est couverte 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 1,1 milliard d'euros par sinistre, ce montant ayant été déterminé à la suite de l'analyse des Sinistres Maximums Possibles du Groupe.

Les garanties « événements naturels », accordées dans le cadre du programme mondial d'assurance de dommages du Groupe, sont limitées à 75 millions d'euros par sinistre et 150 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 ». La limite de garantie du programme est de 60 millions d'euros et correspond au risque maximal en cours de transport.

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, 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.

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 Parfums et Cosmétiques ; cette part représente approximativement 62 % des ventes de 2010.

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 96 % au 31 décembre 2010.

2.3.2 Risque de contrepartie

La crise financière de 2008-2010 a modifié sensiblement le paysage bancaire mondial et nécessite un contrôle accru et dynamique du risque de contrepartie. La diversification des risques est un objectif important et une attention particulière est portée à la notation des contreparties bancaires retenues par le Groupe qui doivent être 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 2011 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 2,7 milliards d'euros environ au 31 décembre 2010. Après effet des instruments dérivés, la dette financière brute est à hauteur de 48 % à taux fixe et à hauteur de 52 % 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. Enfin, le Groupe détient une participation de 20,2% 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 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, et nette de la trésorerie et équivalents, montant qui s'avère nul à fin 2010, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,3 milliard d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,3 milliards d'euros.

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

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 2010, 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.

2.3.7 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 financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - l'accroissement sensible des capitaux propres,
 - la diminution de l'endettement net,
 - l'accès à la liquidité du Groupe grâce notamment au programme de Billets de Trésorerie de conditions attractives et apprécié des investisseurs,
 - le maintien d'un niveau important des placements de trésorerie et équivalents de trésorerie,
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées.

En raison des fonds générés par l'exploitation au cours de l'exercice, la dette financière nette a été réduite à 2 679 millions d'euros fin 2010, contre 2 994 millions un an auparavant.

Les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une progression de 23 % et atteignent 18 204 millions d'euros fin 2010, contre 14 785 millions un an auparavant. Cette amélioration résulte de l'ampleur du résultat net réalisé en 2010 et de la variation positive de l'écart de conversion consécutive au renchérissement du dollar US et du yen japonais vis-à-vis de l'euro entre fin 2009 et fin 2010, et ce malgré le versement de dividendes pour un montant de 1 111 millions d'euros.

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

En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de limiter l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une hausse, ont continué à être privilégiées. Cette stratégie a porté ses fruits dans une année extrêmement volatile. Elle a permis d'obtenir un cours de couverture bien meilleur que celui obtenu en 2009 et plus avantageux 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 2009 et sensiblement égal au cours moyen de l'année en ce qui concerne le yen japonais.

- Un niveau important de placements de trésorerie et équivalents de trésorerie gérés de manière centralisée, grâce à la bonne marche de l'exploitation, et grâce au développement continu du « cash management » au niveau international.

Outre ses placements de trésorerie et équivalents de trésorerie, le Groupe pratique une politique d'investissement et de placement diversifiée. Elle a bénéficié des rendements encore élevés de signatures de très bonne qualité, avec un souci constant de suivi dynamique du risque de contrepartie.

- La diminution du coût de la dette financière nette qui atteint 151 millions d'euros en 2010, contre 187 millions d'euros en 2009.

Cette évolution résulte notamment de la baisse de la dette financière nette moyenne sur l'année, 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 2010 de 0,70 euro dès décembre 2010 ;
 - proposition de versement d'un dividende par action de 2,10 euros au titre de l'exercice (soit un solde de 1,40 distribuable en 2011). Il en résulte la distribution aux actionnaires de la société LVMH d'un montant total de 1 029 millions d'euros au titre de l'année 2010, avant effet des actions auto-détenues.

3.1 Variation de la trésorerie consolidée

Le tableau de variation de la trésorerie consolidée, présenté dans les comptes consolidés, détaille les principaux flux financiers de l'exercice 2010.

Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)

(en milliards d'euros)	2010	2009
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	4,8	3,9
Impôt payé	(0,9)	(0,9)
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(0,1)	(0,2)
Variation du besoin en fonds de roulement	0,3	0,1
Investissements d'exploitation	(1,0)	(0,7)
Total	3,1	2,2

La capacité d'autofinancement générée par l'activité s'est élevée à 4 848 millions d'euros, soit une progression de 23 % par rapport aux 3 928 millions constatés en 2009.

Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 3 802 millions d'euros, contre 2 843 millions un an plus tôt, en augmentation de 34 % par rapport à 2009.

Les intérêts payés en 2010, à 149 millions d'euros contre 185 millions en 2009, sont en retrait grâce à la baisse de la dette financière moyenne et à la prépondérance de la dette variable dans un contexte de taux bas.

Les impôts payés s'élèvent à 897 millions d'euros en 2010, au même niveau que les 900 millions décaissés en 2009.

Le besoin en fonds de roulement diminue de 247 millions. Si la variation des stocks génère des besoins de trésorerie s'élevant

à 126 millions d'euros, du fait notamment de la croissance des activités de Distribution sélective et de la reprise mesurée des achats d'eaux-de-vie de cognac, l'augmentation du poste fournisseurs génère à l'inverse une contribution positive de 295 millions d'euros notamment chez DFS et dans les Maisons françaises de Parfums et Cosmétiques. Les écarts relevés par rapport à 2009 sur les variations du besoin en fonds de roulement s'expliquent principalement par la progression de l'activité en 2010 et, pour les Maisons françaises, par l'impact sur les comptes 2009 de l'application de la Loi de modernisation de l'économie.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent sur l'exercice un débours de trésorerie de 976 millions d'euros. Ces investissements, portant principalement sur les réseaux de distribution des marques phares telles Louis Vuitton, Sephora, et l'enseigne DFS, reflètent la dynamique de développement du Groupe.

Ainsi, la variation de trésorerie issue des opérations et des investissements d'exploitation atteint 3 073 millions d'euros, contre 2 205 millions d'euros pour l'exercice précédent.

Variation de la trésorerie issue des investissements financiers, opérations en capital et opérations de financement

(en milliards d'euros)	2010	2009
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers	(1,7)	(0,3)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital	(1,0)	(0,9)
<i>dont dividendes et acomptes versés par LVMH</i>	(1,0)	(0,8)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement	(0,8)	0,7

Les acquisitions d'investissements financiers, nettes des cessions, ainsi que le solde des incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés, constituent en 2010 un emploi à hauteur de 1 715 millions d'euros, contre 322 millions un an plus tôt. Les acquisitions d'investissements financiers correspondent pour 1 655 millions d'euros à l'augmentation de l'investissement dans Hermès International. Les incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés résultent pour l'essentiel de la prise par Sephora d'une participation de 70 % dans le capital de la société Sack's, qui distribue au Brésil parfums et cosmétiques.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 1 020 millions d'euros.

L'exercice d'options de souscription a permis de réunir 120 millions d'euros. La Société a procédé à l'annulation d'un nombre d'actions équivalant à celui des actions émises.

Les cessions de titres LVMH et instruments dénouables en actions LVMH effectuées par le Groupe, nettes des acquisitions, ont constitué une ressource de 155 millions d'euros.

Les dividendes versés en 2010 par LVMH SA, hors actions auto-détenues, se sont élevés à 953 millions d'euros dont 618 millions en mai au titre du solde du dividende 2009 et 335 millions en décembre à titre d'acompte pour l'exercice 2010. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 158 millions d'euros ; il s'agit pour l'essentiel de Diageo du fait de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy et des minoritaires de DFS.

Enfin, le Groupe a acquis pour 185 millions d'euros une participation complémentaire de 40,1 % dans le capital de la Samaritaine, portant ainsi sa participation à 98,5 %.

Le solde de ces opérations d'exploitation, d'investissements et en capital se traduit par un excédent de ressources de 338 millions d'euros, après impacts de l'acquisition des titres Hermès International et du versement du dividende.

Compte tenu de ces flux positifs, le Groupe a levé peu de fonds en 2010. Les souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 564 millions d'euros. LVMH SA n'a pas procédé à l'émission publique ou au placement privé d'emprunts obligataires via son programme d'Euro Medium Term Notes. En revanche, le Groupe a procédé à l'émission de billets de trésorerie dont l'encours au 31 décembre 2010 est de 272 millions d'euros.

Les ressources et la trésorerie ont été utilisées à des fins d'amortissement d'emprunts et de dettes financières pour un montant de 1 290 millions d'euros, dont 715 millions d'euros au titre du remboursement de l'emprunt obligataire en euros émis en 2003.

À l'issue des opérations de l'année 2010, la trésorerie nette s'élève à 2 042 millions d'euros.

3.2 Structure financière

Le total du bilan consolidé de LVMH, présenté dans les comptes consolidés, s'élève au 31 décembre 2010 à 37,2 milliards d'euros, en progression de 15,8 % par rapport au 31 décembre 2009.

Actifs non courants

(en milliards d'euros)	2010	2009	Variation
Immobilisations	20,9	19,1	1,8
Autres	5,1	2,0	3,1
<i>dont Investissements financiers</i>	3,9	0,5	3,4
Total	26,0	21,1	4,8

À 26 milliards d'euros, l'actif immobilisé enregistre une augmentation sensible par rapport aux 21,1 milliards d'euros constatés à fin 2009 ; celle-ci s'explique principalement par la prise de participation complémentaire dans la société Hermès International. L'actif immobilisé s'établit ainsi à 70 % du total du bilan, en progression par rapport à la proportion de 66 % un an plus tôt.

Les immobilisations corporelles et incorporelles s'élèvent à 20,9 milliards d'euros, contre 19,1 milliards à la fin de l'année 2009. Les marques et autres immobilisations incorporelles représentent 9,1 milliards d'euros, contre 8,7 milliards au 31 décembre 2009. Cette évolution résulte essentiellement de l'incidence des variations des parités monétaires sur les marques et autres immobilisations incorporelles comptabilisées en dollar US, telles l'enseigne DFS et la marque Donna Karan, et en franc suisse, en particulier les marques TAG Heuer et Hublot.

Le montant des écarts d'acquisition progresse sensiblement, à 5,0 milliards d'euros, contre 4,3 milliards d'euros à fin 2009, reflétant principalement l'augmentation des engagements d'achats de titres de participation.

La croissance des immobilisations corporelles, à 6,7 milliards d'euros à fin 2010, provient en partie des effets des variations de change, auxquels s'ajoute le solde positif dégagé par les investissements opérationnels du Groupe au regard des dotations aux amortissements de l'année. Ces investissements portent principalement sur les réseaux de distribution de Louis Vuitton, Sephora et DFS, ainsi que sur certains actifs immobiliers, au centre des villes où se déploient les marques du Groupe.

À 5,1 milliards d'euros, l'ensemble formé par les participations dans les sociétés mises en équivalence, les investissements financiers, les autres actifs non courants et les impôts différés, augmente de 3,1 milliards d'euros, en raison principalement de l'investissement complémentaire dans Hermès International, qui a porté la participation du Groupe à 20,2 %. À la clôture, les investissements financiers incluent la participation dans Hermès International pour un montant de 3,3 milliards d'euros.

Actifs courants

(en milliards d'euros)	2010	2009	Variation
Stocks et en-cours	6,0	5,6	0,3
Créances clients et comptes rattachés	1,6	1,5	0,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2,3	2,4	(0,2)
Autres	1,3	1,4	(0,1)
Total	11,2	11,0	0,2

Les stocks augmentent à 6,0 milliards d'euros, contre 5,6 milliards fin 2009, en raison de l'incidence des variations des parités de change, du développement des réseaux de distribution, principalement celui de Sephora, et de la constitution mesurée de stocks d'eaux-de-vie de cognac.

Les créances clients retrouvent leur niveau de fin 2008, soit 1,6 milliard d'euros.

Malgré la ponction sur la trésorerie résultant de l'acquisition des titres Hermès International, les placements de trésorerie, hors

placements financiers, conservent un niveau élevé, à 2,3 milliards d'euros, proche des 2,4 milliards du 31 décembre 2009.

Capitaux propres et passifs non courants

(en milliards d'euros)	2010	2009	Variation
Capitaux propres, part du Groupe	17,2	13,8	3,4
Intérêts minoritaires	1,0	1,0	0,0
Dette financière à plus d'un an	3,4	4,1	(0,6)
Autres	8,5	7,2	1,3
Total	30,1	26,1	4,0

Les capitaux propres part du Groupe, avant affectation du résultat, atteignent 17,2 milliards d'euros contre 13,8 milliards fin 2009. Cette forte progression est liée à l'importance du résultat net part du Groupe et à la variation positive de l'écart de conversion générée par la hausse de la plupart des devises vis-à-vis de l'euro, variations qui excèdent très largement le versement de dividendes d'un montant de 1,0 milliard d'euros.

Les intérêts minoritaires restent stables, à 1,0 milliard d'euros. Cette stabilité résulte de la part du résultat de l'année attribué aux minoritaires, net des dividendes qui leur ont été versés, de l'effet positif de l'appréciation de la monnaie américaine sur les intérêts minoritaires dans DFS, et de celui négatif de l'acquisition de la participation complémentaire de 40,1 % dans le capital de la Samaritaine.

Le total des capitaux propres s'établit à 18,2 milliards d'euros, représentant 49 % du total de bilan contre 46 % un an auparavant.

Les passifs non courants s'élèvent à fin 2010 à 11,9 milliards d'euros, dont 3,4 milliards au titre de la dette financière, contre respectivement 11,3 milliards et 4,1 milliards à fin 2009. La diminution de la dette financière à plus d'un an est plus que contrebalancée par l'augmentation des éléments suivants : engagements d'achat de titres de participations, provisions pour risques et charges et impôts différés. La part relative des passifs non courants décroît dans le total du bilan, en s'établissant à 32 % contre 35 % à fin 2009.

Les capitaux permanents atteignent 30,1 milliards d'euros, et dépassent de 4,1 milliards le montant des actifs non courants.

Passifs courants

(en milliards d'euros)	2010	2009	Variation
Dette financière à moins d'un an	1,8	1,7	0,1
Fournisseurs et comptes rattachés	2,3	1,9	0,4
Autres	3,0	2,4	0,5
Total	7,1	6,0	1,0

Les passifs courants croissent de 6,0 milliards fin 2009 à 7,1 milliards d'euros à fin 2010. Leur part dans le total du bilan reste stable à 19 %.

La dette financière à plus et moins d'un an, y compris la valeur de marché des instruments dérivés de taux venant en couverture, et nette des placements financiers et de la trésorerie, ressort au 31 décembre 2010 à 2,7 milliards d'euros contre 3,0 milliards un an plus tôt. Elle représente 15 % du montant des capitaux propres, contre 20 % à fin 2009.

Les placements de trésorerie et en équivalents de trésorerie excèdent à nouveau le montant de la dette financière à moins d'un an.

À fin 2010, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 3,3 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2010 atteint 0,3 milliard d'euros.

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 :

	2010	2009	2008
Dépenses de communication et promotion :			
- en millions d'euros	2 267	1 809	2 031
- en % des ventes	11,2	10,6	11,8

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 :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Frais de recherche et développement	46	45	43

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 investissements d'exploitation (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 :

	2010	2009	2008
Investissements d'exploitation :			
- en millions d'euros	1 002	748	1 039
- en % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité	20,7	19,0	25,4

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 2010, les investissements d'exploitation ont principalement porté sur les points de vente, le réseau total de magasins du Groupe étant porté en 2010 de 2 423 à 2 545 magasins. En particulier, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 1 070 magasins à fin 2010 contre 986 à fin 2009. Parfums Christian Dior a poursuivi le renouvellement de ses mobiliers commerciaux pour promouvoir l'image de la marque. DFS prévoit l'ouverture de sa troisième Galleria à Hong Kong en 2012.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, les investissements 2010 ont été strictement limités aux renouvellements nécessaires de barriques et d'équipements industriels. La nouvelle unité d'embouteillage pour les marques Glenmorangie et Ardbeg, dont le projet a été amorcé en 2009, a été mise en service en 2010.

5. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

5.1 Production

Vins et Spiritueux

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

(en hectares)	2010		2009	
	TOTAL	dont en production	TOTAL	dont en production
France :				
Appellation Champagne	1 816	1 679	1 809	1 675
Appellation Cognac	245	180	245	177
Vignobles bordelais	252	159	244	148
International :				
Californie (États-Unis)	470	341	469	361
Argentine	1 388	879	1 390	891
Australie, Nouvelle-Zélande	569	530	610	520
Brésil	232	67	232	57
Espagne	55	50	52	47

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 740 000 m² en France et 280 000 m² à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses dix-neuf 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 195 000 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, ou comprises dans des prestations de sous-traitance industrielle.

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 Hershman 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.

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.

Au 31 décembre 2010, ce réseau de magasins est réparti de la façon suivante :

(en nombre de magasins)	2010	2009	2008
France	364	353	331
Europe (hors France)	646	620	596
États-Unis	570	531	531
Japon	303	307	256
Asie (hors Japon)	518	470	485
Autres marchés	144	142	115
Total	2 545	2 423	2 314

(en nombre de magasins)	2010	2009	2008
Mode et Maroquinerie	1 188	1 164	1 090
Parfums et Cosmétiques	75	65	62
Montres et Joaillerie	122	114	104
Distribution sélective : Sephora	1 070	986	898
Autres, dont DFS	76	89	155
	1 146	1 075	1 053
Autres	14	5	5
Total	2 545	2 423	2 314

À fin 2009, DFS a harmonisé la méthodologie de comptage de ses magasins sur l'ensemble des zones géographiques, seul le nombre de concessions étant inventorié désormais et non le nombre de points de vente par concession. Si on appliquait la méthodologie utilisée depuis 2009 à 2008, le nombre total de magasins du Groupe se serait élevé à 2 239 au lieu de 2 314.

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.

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins de Tokyo, Guam, Hawaï, Séoul, Taipei, Sydney, Rome, Gênes, Cannes, Saint-Tropez ; l'ensemble représente environ 11 000 m².

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.

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, essentiellement à Paris, principalement autour de la Samaritaine et du Bon Marché, représentant environ 50 000 m².

Le parc immobilier utilisé précédemment pour l'exploitation commerciale de la Samaritaine fait l'objet d'un projet de reconversion.

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.

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.

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 indiqué qu'elle allait procéder à une enquête sur le marché et l'information financière des titres Hermès et LVMH.

En janvier 2011, le Tribunal Administratif de Paris a annulé l'arrêt 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. Parallèlement, compte tenu du caractère d'intérêt général et d'utilité publique de ce projet, le Parlement a entamé l'examen d'un article de loi validant les permis de construire annulés sur le fondement retenu par le Tribunal administratif.

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 2010 et la date d'arrêt des comptes par le Conseil d'Administration le 3 février 2011.

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

Par un accord conclu le 6 mars 2011, la famille Bulgari, actionnaire majoritaire de la Maison italienne créée par Sotirio Bulgari en 1884, a décidé de s'associer au groupe LVMH pour renforcer son développement à long terme. La Maison Bulgari 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 cosmétiques et des accessoires.

L'accord, approuvé à l'unanimité par les Conseils d'Administration de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA et de Bulgari SpA, prévoit l'apport à LVMH de la participation de contrôle détenue par la famille dans le capital de Bulgari SpA, soit 152,5 millions de titres (50,43% du capital) avant exercice de la faculté d'acquérir des titres supplémentaires. Cet apport sera rémunéré par l'émission

de 16,5 millions d'actions nouvelles LVMH; la famille Bulgari deviendra ainsi le second actionnaire familial du groupe LVMH. En outre, après réalisation de cet apport, la société Bulgari SpA étant cotée à Milan, LVMH déposera une offre publique d'achat au prix de 12,25 euros par action sur les titres détenus par les actionnaires minoritaires, conformément à la réglementation boursière italienne. Dans ce cadre, le prix payé par LVMH pour la totalité du capital de Bulgari s'élève à 4,3 milliards d'euros, dont 1,9 milliards d'euros représenté par des titres LVMH à émettre, et 2,4 milliards d'euros financés par la trésorerie et l'émission de dette financière.

La famille Bulgari disposera de deux postes au Conseil d'Administration de LVMH et Monsieur Francesco Trapani, Administrateur Délégué de Bulgari S.p.A., entrera au Comité Exécutif de LVMH et prendra, au second semestre 2011, la supervision du groupe d'activités Montres et Joaillerie du groupe LVMH, en ce compris la Maison Bulgari.]

9. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre en 2011 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 2011 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 SA

	<i>Page</i>
1. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES	52
1.1 COMMENTAIRES SUR LE BILAN	52
1.2 RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ MÈRE ET PERSPECTIVES D'AVENIR	53
2. AFFECTATION DU RÉSULTAT	53
3. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS – ATTRIBUTIONS D' ACTIONS GRATUITES	54
3.1 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	54
3.2 ACTIONS DÉTENUES PAR LES ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	54
3.3 ACTIONNARIAT DES SALARIÉS	54
3.4 PLANS D'OPTIONS D'ACHAT ET PLANS D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION	54
3.5 ATTRIBUTIONS D' ACTIONS GRATUITES ET D' ACTIONS GRATUITES DE PERFORMANCE	58
4. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER	59
4.1 ÉTAT DES DÉLÉGATIONS ET AUTORISATIONS EN COURS	59
4.2 AUTORISATIONS PROPOSÉES À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	60
5. PROGRAMMES DE RACHAT D' ACTIONS	62
6. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX	64
7. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES	66
8. QUESTIONS ADMINISTRATIVES	66
8.1 LISTE DES MANDATS ET FONCTIONS DES ADMINISTRATEURS	66
8.2 COMPOSITION DU CONSEIL D' ADMINISTRATION	66
9. ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D' AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D' OFFRE PUBLIQUE	67

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

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 2010 ont été établis conformément aux dispositions légales françaises, selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent.

1.1 Commentaires sur le bilan

1.1.1 Évolution du portefeuille de titres de participation

La valeur brute du portefeuille de participations s'élève à 14,2 milliards d'euros, en hausse de 0,2 milliard d'euros par rapport à fin 2009. Cette évolution provient, pour un montant total de 165 millions d'euros, de l'acquisition de 99,99 % puis de la souscription à une augmentation de capital de la société de portefeuille Eley Finance SA ; LVMH a en outre souscrit à l'augmentation de capital de sa filiale LVMH Services Limited (Londres, Royaume-Uni) à hauteur de 32 millions d'euros. Après ces opérations, le pourcentage de détention par LVMH du capital de ces deux sociétés est respectivement de 99,99 % et 100 %.

1.1.2 Structure financière

En 2010, LVMH n'a procédé à aucune émission obligataire. L'emprunt obligataire d'un nominal de 750 millions d'euros émis en 2003, partiellement racheté et annulé en 2009 à hauteur de 35 millions d'euros, a été intégralement remboursé à son échéance pour 715 millions d'euros.

Jusqu'en octobre 2009, LVMH centralisait la trésorerie en euros et en devises ainsi que les besoins de financement de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes, et assurait la gestion du risque de taux sur la dette financière. LVMH centralisait également les couvertures de change de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes, les contrats de change conclus par celles-ci avec LVMH étant répercutés de façon symétrique sur le marché, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance.

Ces fonctions étant désormais assurées par une filiale, LVMH ne conserve que la gestion de la dette financière à long terme du Groupe et du risque de taux associé, ainsi que les opérations de change pour son propre compte.

La structure financière aux 31 décembre 2010 et 2009 reflète ces changements : en octobre 2009, les créances rattachées à des participations et les emprunts auprès d'entreprises liées résultant de la convention de centralisation de trésorerie ont été soldés et les contrats de change souscrits pour le compte des filiales ont été résiliés. Le compte de résultat enregistre les effets de la centralisation de trésorerie et des opérations de couverture de change pour compte des filiales jusqu'en octobre 2009.

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 cours de l'exercice, 2 012 478 actions ont été créées par exercice d'options de souscription et 1 775 900 actions ont été annulées. Au 31 décembre 2010, le capital social est composé de 490 642 232 actions entièrement libérées et son montant est de 147,2 millions d'euros.

1.1.5 Informations sur les délais de paiement

Au 31 décembre 2010, les dettes fournisseurs s'élèvent à 109 millions d'euros et sont essentiellement non échues. Le délai de règlement moyen est de 45 jours.

1.2 Résultats de la société mère et perspectives d'avenir

Les produits d'exploitation sont essentiellement constitués des dividendes reçus des filiales et participations ; leur augmentation provient d'une distribution exceptionnelle de la filiale Sofidiv SAS.

Le résultat financier inclut principalement le coût de la dette financière nette et des instruments dérivés de taux associés pour 148 millions d'euros ainsi que des pertes sur instruments et opérations de change pour 228 millions d'euros.

Le résultat exceptionnel est constitué, pour l'essentiel, des variations de dépréciation de titres de participation et des variations de provisions pour risques et charges.

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 décembre 2010	2 317 934 132,70
Dotations à la réserve légale	(7 097,34)
Report à nouveau	2 595 765 841,88
Montant du résultat distribuable	4 913 692 877,24
Proposition d'affectation :	
• dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 359 633,48
• dividende complémentaire de 2,085 euros par action	1 022 989 053,72
• report à nouveau	3 883 344 190,04
	4 913 692 877,24

Pour mémoire, au 31 décembre 2010, la Société détient 11 939 973 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 594,5 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 2,10 euros par action. Un acompte sur dividende de 0,70 euro par action ayant été distribué le 2 décembre 2010, le solde est de 1,40 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 25 mai 2011.

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 <i>(en euro)</i>	Abattement fiscal ⁽¹⁾ <i>(en euro)</i>
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
2007	Acompte	3 décembre 2007	0,35	0,14
	Solde	23 mai 2008	1,25	0,50
	Total		1,60	0,64

(1) 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 2010, Groupe Arnault contrôlait 47,64 % du capital, contre 47,38 % au 31 décembre 2009, et 63,66 % des droits de vote, contre 63,64 % au 31 décembre 2009.

3.2 Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2010, les membres du Conseil d'Administration et du Comité Exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif moins de 0,5 % du capital social.

3.3 Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2010, 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 2010, étaient en vigueur sept 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. 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 en 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	08/06/1995	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	19/01/2000	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	376 110⁽¹⁾	2 649 075	40 000	552 500	50 000	3 284 100	8 560	3 213 725	10 174 070
<i>Dont mandataires sociaux⁽²⁾</i>	<i>122 500⁽¹⁾</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>3 995 000</i>
Bernard Arnault ⁽³⁾	80 000 ⁽¹⁾	600 000	-	-	-	600 000	-	600 000	1 880 000
Antoine Arnault ⁽³⁾	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Delphine Arnault ⁽³⁾	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nicolas Bazire ⁽³⁾	6 000 ⁽¹⁾	115 000	-	-	-	200 000	-	200 000	521 000
Antonio Belloni ⁽³⁾	-	-	-	300 000	-	200 000	-	200 000	700 000
Pierre Godé ⁽³⁾	20 000 ⁽¹⁾	150 000	-	-	-	200 000	-	200 000	570 000
Gilles Hennessy ⁽³⁾	1 500 ⁽¹⁾	7 500	-	-	-	15 000	-	20 000	44 000
Patrick Houël ⁽³⁾	7 000 ⁽¹⁾	35 000	-	-	-	40 000	-	50 000	132 000
<i>Dont dix premiers salariés⁽²⁾</i>	<i>81 000⁽¹⁾</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>1 727 060</i>
Nombre de bénéficiaires	552	786	1	4	1	993	2	979	
Point de départ d'exercice des options	19/01/2003	23/01/2004	06/03/2004	14/05/2004	12/09/2004	22/01/2005	15/05/2005	22/01/2006	
Date d'expiration	18/01/2010	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)	80,10	65,12	63,53	61,77	52,48	43,30 ⁽⁴⁾	54,83	37,00 ⁽⁴⁾	
Nombre d'options exercées en 2010	486 650	1 465 570	20 000	438 378	-	1 530 147	-	668 085	4 608 830
Nombre d'options devenues caduques en 2010	1 077 800	500	-	-	-	-	-	500	1 078 800
Nombre cumulé d'options exercées au 31/12/2010	518 400	2 122 880	40 000	538 378	-	2 764 995	3 000	2 756 347	8 744 000
Nombre cumulé d'options caduques au 31/12/2010	1 183 050	307 650	-	-	-	221 678	-	127 550	1 839 928
Options en vie en fin d'exercice	-	218 545	-	14 122	50 000	297 427	5 560	329 828	915 482

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan, non retraité des ajustements liés à la division du nominal par cinq de juillet 2000.

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

(3) Mandataires sociaux en fonction en 2010.

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

Plans	Italien	Américain
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 ⁽¹⁾</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>4 800 375</i>
Bernard Arnault ⁽²⁾	450 000	450 000	450 000	427 500	400 000	200 000	-	2 377 500
Antoine Arnault ⁽²⁾	-	-	-	9 500	9 500	9 500	-	28 500
Delphine Arnault ⁽²⁾	10 000	10 000	10 000	9 500	9 500	9 500	-	58 500
Nicolas Bazire ⁽²⁾	150 000	150 000	150 000	142 500	142 500	100 000	-	835 000
Antonio Belloni ⁽²⁾	150 000	150 000	150 000	142 500	142 500	100 000	-	835 000
Pierre Godé ⁽²⁾	150 000	40 000	30 000	15 000	40 000	100 000	-	375 000
Gilles Hennessy ⁽²⁾	20 000	20 000	20 000	19 000	22 000	22 000	-	123 000
Patrick Houël ⁽²⁾	42 500	42 500	42 500	40 375	-	-	-	167 875
<i>Dont dix premiers salariés ⁽¹⁾</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 ⁽³⁾	52,82 ⁽³⁾	78,84 ⁽³⁾	86,12	72,50 ⁽³⁾	56,50 ⁽³⁾	57,10	
Nombre d'options exercées en 2010	896 120	699 968	408 390	-	-	8 000	-	2 012 478
Nombre d'options devenues caduques en 2010	700	21 950	34 310	26 327	22 844	11 676	-	117 807
Nombre cumulé d'options exercées au 31/12/2010	1 277 245	968 647	408 390	-	-	8 000	-	2 662 282
Nombre cumulé d'options caduques au 31/12/2010	101 650	86 225	83 560	62 760	49 919	13 201	-	397 315
Options en vie en fin d'exercice	1 368 580	869 528	1 297 409	1 617 228	1 648 401	1 280 569	2 500	8 084 215

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

(2) Options attribuées aux mandataires sociaux en fonction de 2010.

(3) 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 1,65 % du capital. Toutefois, un nombre d'actions équivalent à celui des actions émises dans le cadre des levées étant annulé, 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 2010.

• 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 (en euros)
Bernard Arnault	LVMH	23/01/2001	600 000	65,12
"	"	22/01/2002	600 000	43,30
"	"	12/05/2005	187 670	52,82
"	Christian Dior	15/02/2000	200 000	56,70
"	"	21/02/2001	220 000	45,95
Antonio Belloni	LVMH	14/05/2001	300 000	61,77
"	"	22/01/2002	200 000	43,30
"	"	22/01/2003	200 000	37,00

• 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 (en euros)
Delphine Arnault	Christian Dior	17/02/2004	15 000	49,79
"	"	12/05/2005	20 000	52,21
Nicolas Bazire	LVMH	21/01/2004	25 000	55,70
"	"	11/05/2006	150 000	78,84
Pierre Godé	LVMH	23/01/2001	40 000	65,12
"	"	22/01/2003	50 000	37,00
"	Christian Dior	15/02/2000	60 000	56,70
Gilles Hennessy	LVMH	23/01/2001	7 500	65,12
"	"	22/01/2002	15 000	43,30
Patrick Houël	LVMH	19/01/2000	35 000	80,10
"	"	23/01/2001	35 000	65,12
"	"	21/01/2004	35 000	55,70
"	"	12/05/2005	35 000	52,82

• 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 (en euros)
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	19/01/2000	185 000	80,10
"	23/01/2001	222 000	65,12
"	06/03/2001	20 000	63,53
"	22/01/2002	232 822	43,30
"	22/01/2003	160 800	37,00
"	22/01/2004	151 000	55,70
"	12/05/2005	170 000	52,82
"	11/05/2006	82 500	78,84

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

Les bénéficiaires des actions gratuites sont sélectionnés parmi les salariés 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 ans et 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.

En 2010, le schéma associe attribution d'actions gratuites classique 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 attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour chacun des exercices 2010 et 2011 affichent une variation positive par rapport à l'exercice 2009 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. La condition de performance a été satisfaite en 2010.

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.

Date de l'Assemblée	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008	15/05/2008		
Date du Conseil d'Administration	15/05/2008	14/05/2009	29/07/2009	15/04/2010		Total
	Actions gratuites de performance					
Nombre d'actions attribuées provisoirement	162 972	311 209	833	195 069	274 367	944 450
<i>Dont mandataires sociaux : (1)</i>	-	-	-	-	108 837	108 837
Bernard Arnault	-	-	-	-	40 235	40 235
Antoine Arnault	-	-	-	-	1 911	1 911
Delphine Arnault	-	-	-	-	1 911	1 911
Nicolas Bazire	-	-	-	-	20 118	20 118
Antonio Belloni	-	-	-	-	20 118	20 118
Pierre Godé	-	-	-	-	20 118	20 118
Gilles Hennessy	-	-	-	-	4 426	4 426
<i>Dont dix premiers salariés (1)</i>	32 415	48 165	833	27 372	67 350	176 135
Nombre de bénéficiaires	347	642	1	627	639	
Date d'attribution définitive	15/05/2010	14/05/2011 (3)	29/07/2011	15/04/2012 (3)	15/04/2012 (3)	
Date à partir de laquelle les actions sont cessibles	15/05/2012	14/05/2013	29/07/2013	15/04/2014	15/04/2014	
Nombre d'attributions devenues définitives en 2010	149 590	-	-	-	-	149 590
Nombre d'attributions devenues caduques en 2010	6 856	7 009	-	-	-	13 865
Nombre cumulé d'attributions définitives au 31/12/2010	151 874	2 333 (2)	-	-	-	154 207
Nombre cumulé d'attributions caduques au 31/12/2010	11 098	8 534	-	-	-	19 632
Attributions en vie en fin d'exercice	-	300 342	833	195 069	274 367	770 611

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

(2) Attribution anticipée à la suite de décès.

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

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	Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions gratuites	Valorisation des actions (en euros)
Bernard Arnault	LVMH	15/04/2010	40 235	3 497 629
"	Christian Dior	15/04/2010	27 000	2 167 830
Antonio Belloni	LVMH	15/04/2010	20 118	1 748 858

Voir également le tableau de la page 58 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 58. 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 15 avril 2010.

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

Aucune action gratuite n'a été attribuée définitivement en 2010.

- Actions gratuites attribuées définitivement durant l'exercice aux dix salariés ⁽¹⁾ 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 SA	15 mai 2008	33 782

(1) 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 2010
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 130 euros	15 avril 2010 (17 ^e résol.)	14 octobre 2011 (18 mois) ⁽¹⁾	10 % du capital 49 064 223 actions	Mouvements au cours de l'exercice ⁽²⁾ Achats : 1 736 231 Cessions : 1 741 231
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	15 avril 2010 (18 ^e résol.)	14 octobre 2011 (18 mois) ⁽¹⁾	10 % du capital par période de 24 mois 49 064 223 actions	Actions annulées : 1 775 900 ⁽³⁾

(1) Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011 de renouveler cette autorisation. Voir ci-après point 4.2.

(2) Mouvements entre le 15 avril et le 31 décembre 2010, hors contrat de liquidité. Pour les achats, y compris les exercices de calls. Voir également ci-après point 5.1.

(3) 2 012 478 actions ayant été créées en 2010 lors de l'exercice d'options de souscription d'actions, le capital s'élève à 147 192 669,60 euros, divisé en 490 642 232 actions au 31 décembre 2010.

• 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 2010
Avec droit préférentiel de souscription : actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital et incorporation de réserves (L. 225-130)	14 mai 2009 (13 ^e résol.)	13 juillet 2011 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾⁽²⁾	Libre	Néant
Sans droit préférentiel de souscription : actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital par offre au public ou placement privé (L. 225-135 et suivants)	14 mai 2009 (14 ^e résol.)	13 juillet 2011 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾⁽²⁾	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation	Néant
Dans le cadre d'une offre publique d'échange (L. 225-148)	14 mai 2009 (16 ^e résol.)	13 juillet 2011 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾	Libre	Néant
Dans le cadre d'apports en nature (L. 225-147)	14 mai 2009 (17 ^e résol.)	13 juillet 2011 (26 mois)	10 % du capital 49 064 223 actions ⁽¹⁾	Libre	Néant

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

(2) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé au (1), ce montant est susceptible d'être augmenté dans la limite de 15 % de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires (Assemblée du 14 mai 2009, 15^e résolution) (L. 225-135-1).

• Actionnariat des salariés

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 décembre 2010
Options de souscription ou d'achat d'actions (L. 225-177 et suivants)	14 mai 2009 (18 ^e résol.)	13 juillet 2012 (38 mois)	3 % du capital 14 698 122 actions	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution	• attribuées : 2 500 • attribuables : 14 695 622
Attribution d'actions gratuites (L. 225-197-1 et suivants)	15 mai 2008 (12 ^e résol.)	14 juillet 2011 (38 mois)	1 % du capital 4 899 374 actions	Non applicable	• attribuées : 944 450 • attribuables : 3 954 924
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise (L. 225-129-6)	14 mai 2009 (19 ^e résol.)	13 juillet 2011 (26 mois)	3 % du capital 14 698 122 actions	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 30 %	Néant

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 49 064 223 actions
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	15 ^e	18 mois	10 % du capital par période de 24 mois 49 064 223 actions

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

Nature	Résolution	Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission
Par incorporation de réserves (L.225-130)	14 ^e	26 mois	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾⁽²⁾	Non applicable
Avec droit préférentiel de souscription - actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital	16 ^e	26 mois	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾⁽²⁾	Libre
Sans droit préférentiel de souscription - actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital				
- par offre au public (L. 225-135 et suivants)	17 ^e	26 mois	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾⁽²⁾	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ⁽³⁾
- par placement privé (L. 225-135 et suivants)	18 ^e	26 mois	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾⁽²⁾	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ⁽³⁾
Dans le cadre d'une offre publique d'échange (L. 225-148)	21 ^e	26 mois	50 millions d'euros 166 666 667 actions ⁽¹⁾	Libre
Dans le cadre d'apports en nature (L. 225-147)	22 ^e	26 mois	10 % du capital 49 064 223 actions ⁽¹⁾	Libre

(1) Montant nominal maximum. Sur ce montant s'imputerait le montant nominal de toute augmentation de capital décidée en application des autres délégations de compétence (24^e résolution).

(2) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé au (1), ce montant est susceptible d'être augmenté dans la limite de 15 % de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires (20^e résolution) (L. 225-135-1).

(3) 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 (19^e résolution).

• Actionnariat des salariés

Nature	Résolution	Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission
Attribution d'actions gratuites L. 225-197-1 et suivants)	25 ^e	38 mois	1 % du capital 4 906 422 actions	Non applicable
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise (L. 225-129-6)	23 ^e	26 mois	1 % du capital 4 906 422 actions ⁽¹⁾	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution – décote maximum : 20 %

(1) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé au (1) ci-dessus sur lequel s'imputerait ce montant.

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 2010 et le 31 décembre 2010, 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 14 mai 2009 et 15 avril 2010.

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 2 411 215 actions LVMH au cours moyen de 92,13 euros et a cédé 2 387 215 actions LVMH au cours moyen de 92,98 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 2010 au 31 décembre 2010 :

(en nombre d'actions sauf indication contraire)	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 2009	76 000	15 184 093	-	-	820 000	16 080 093
Achats	674 984	-	-	-	-	674 984
Prix moyen (en euros)	80,36	-	-	-	-	80,36
Cessions	(645 984)	-	-	-	-	(645 984)
Prix moyen (en euros)	81,77	-	-	-	-	81,77
Levées d'options d'achat	-	(1 497 994)	-	-	-	(1 497 994)
Prix moyen (en euros)	-	61,89	-	-	-	61,89
Exercice de calls	-	451 000	-	-	-	451 000
Prix moyen (en euros)	-	40,09	-	-	-	40,09
Attributions d'actions gratuites	-	-	-	-	-	-
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(233 545)	-	-	(820 000)	(1 053 545)
Solde au 15 avril 2010	105 000	13 903 554	-	-	-	14 008 554
Achats	1 736 231	-	-	-	-	1 736 231
Prix moyen (en euros)	96,71	-	-	-	-	96,71
Cessions	(1 741 231)	-	-	-	-	(1 741 231)
Prix moyen (en euros)	97,14	-	-	-	-	97,14
Levées d'options d'achat	-	(3 110 836)	-	-	-	(3 110 836)
Prix moyen (en euros)	-	51,87	-	-	-	51,87
Exercice de calls	-	1 919 200	-	-	-	1 919 200
Prix moyen (en euros)	-	41,7	-	-	-	41,70
Attributions d'actions gratuites	-	(149 590)	-	-	-	(149 590)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(722 355)	-	-	-	(722 355)
Solde au 31 décembre 2010	100 000	11 839 973	-	-	-	11 939 973

- Pendant cette période, la Société a procédé à l'exercice de calls portant sur 2 370 200 actions. Au 31 décembre 2010, aucun call n'ayant été acquis au cours de la période, la Société détenait des calls portant sur 300 000 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 2010, à l'annulation de 1 775 900 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 31 mars 2011

- 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 2010 : 49 064 223, mais compte tenu de l'auto-détention de 11 939 973 titres et de la détention de 300 000 calls au 31 décembre 2010, seules 36 824 250 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 31 mars 2011.

5.3 Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1^{er} janvier au 31 décembre 2010

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 2010 au 31 décembre 2010.

Nombre de titres détenus en portefeuille au 31 décembre 2009 : 16 080 093

Au 31 décembre 2010 :

Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte	2,43 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois	1 864 860
Nombre de titres détenus en portefeuille	11 939 973
Valeur comptable du portefeuille	594 518 000 euros
Valeur de marché du portefeuille	1 469 810 676 euros

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 décembre 2010			
	Achats	Ventes/ Transferts	Positions ouvertes à l'achat Calls achetés	Achats à terme	Positions ouvertes à la vente Calls vendus	Ventes à terme
Nombre de titres	4 781 415	8 921 535	300 000	-	-	-
dont :						
• contrat de liquidité	2 411 215	2 387 215				
• achats en couverture de plans	-	-				
• levées d'options d'achat	-	4 608 830				
• exercices de calls	2 370 200	-				
• attributions gratuites	-	149 590				
• achats pour annulation	-	-				
• annulations	-	1 775 900				
Échéance maximale moyenne			21 mois			
Cours moyen de la transaction ⁽¹⁾ (en euros)	92,13	92,98				
Prix d'exercice moyen (en euros)	41,40	55,12	39,10	-	-	-
Montants (en euros)	320 265 075	476 017 488				

(1) 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 ⁽¹⁾

Dirigeants mandataires sociaux (en euros)	Rémunérations dues au titre de l'exercice		Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾		Valorisation des actions gratuites attribuées au cours de l'exercice ⁽²⁾	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Bernard Arnault	3 928 399	3 879 396	-	5 152 000	5 665 459	-
Antonio Belloni	5 485 493	5 325 703	-	1 710 000	1 748 858	-

(1) Rémunérations brutes et avantages en nature versés ou supportés par la Société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L. 225-102-1 du Code de commerce. Hors jetons de présence.

(2) 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 ⁽¹⁾

Bernard Arnault

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2010	2009	2010	2009
Rémunération fixe	1 728 399	1 679 396	1 728 399	1 704 672 ⁽²⁾
Rémunération variable	2 200 000	2 200 000 ⁽³⁾	2 200 000	2 200 000 ⁽⁴⁾
Rémunération exceptionnelle	-	-	-	-
Jetons de présence	118 464	119 695	119 695	119 060
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	4 046 863	3 999 091	4 048 094	4 023 732

Antonio Belloni

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2010	2009	2010	2009
Rémunération fixe	3 170 243	3 155 153	3 174 302	3 170 243
Rémunération variable	2 315 250	2 170 550 ⁽⁵⁾	2 170 550	2 170 550 ⁽⁴⁾
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	5 572 738	5 412 948	5 432 097	5 428 038

(1) Rémunérations brutes et avantages en nature versés ou supportés par la Société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

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

(3) Déterminé 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. Les objectifs fixés pour 2010 ont été atteints.

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

(5) Déterminé 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. Les objectifs fixés pour 2010 ont été atteints.

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 ⁽¹⁾		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 ⁽²⁾	

(1) 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. 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 (soit, au 1^{er} janvier, 742 392 euros) 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 2010, déterminé selon les principes de la norme IAS 19 Avantages au personnel :

- Bernard Arnault : 17 270 250 euros ;
- Antonio Belloni : 9 210 868 euros.

(2) 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 ⁽¹⁾

Membres du Conseil d'Administration (en euros sauf indication contraire)	Jetons de présence versés en		Rémunération fixe versée au cours de l'exercice		Rémunération variable versée au cours de l'exercice	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Antoine Arnault ⁽²⁾	45 000	45 000	195 000	170 000	65 000	53 000
Delphine Arnault ⁽²⁾	58 158	58 158	90 000	90 000	30 000	30 000
Nicolas Bazire ^{(2) (3) (5)}	55 000	55 000	1 235 000	1 235 000	2 450 000	2 450 000
Antoine Bernheim	610 195	930 060	-	-	-	-
Bernadette Chirac	33 750	-	-	-	-	-
Nicholas Clive Worms	54 375	67 500	-	-	-	-
Charles de Croisset	60 000	67 500	-	-	-	-
Diego Della Valle	30 000	45 000	-	-	-	-
Albert Frère	67 500	67 500	-	-	-	-
Pierre Godé ^{(2) (3)}	176 375	146 414	1 500 000	1 500 000	2 000 000	2 000 000
Gilles Hennessy ^{(2) (3) (5)}	67 500	67 500	525 000	525 000	303 533	336 315
Patrick Houël ⁽²⁾	74 745	74 245	200 000 ⁽⁴⁾	383 333 ⁽⁴⁾	-	-
Lord Powell of Bayswater	37 500	45 000	205 000 ⁽⁶⁾	205 000 ⁽⁶⁾	-	-
Felix G. Rohatyn	22 500	45 000	25 000 ⁽⁷⁾	300 000 ⁽⁷⁾	-	-
Yves-Thibault de Silguy	45 000	30 000	-	-	-	-
Hubert Védrine	37 500	45 000	-	-	-	-

(1) 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.

(2) 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.

(3) Avantages en nature : voiture de fonction.

(4) Contrat de consultant.

(5) Autres avantages : complément de retraite.

(6) En livres sterling.

(7) En dollars US.

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 AU SENS DE L'ARTICLE R. 621-43-1 DU CODE MONÉTAIRE ET FINANCIER

Administrateur concerné	Nature des opérations	Nombre d'actions/ de titres	Prix moyen (en euros)
Bernard Arnault	Achat d'actions ⁽¹⁾	1 387 670	54,02
Société(s) liée(s) à la famille de Bernard Arnault	Opération indexée sur le cours de l'action LVMH	818 152	91,67
"	Opération indexée sur le cours de l'action LVMH (renouvellement)	3 422 053	92,05
Nicolas Bazire	Achat d'actions ⁽¹⁾	175 000	75,53
"	Cession d'actions	150 000	92,86
Personne(s) liée(s) à Nicolas Bazire	Cession d'actions	8 332	94,28
Antonio Belloni	Achat d'actions ⁽¹⁾	700 000	49,42
Personne(s) liée(s) à Antonio Belloni	Cession d'actions	700 000	96,43
Société(s) liée(s) à Albert Frère	Achat d'actions	72 900	104,01
"	Cession d'actions	39 900	101,00
Pierre Godé	Achat d'actions ⁽¹⁾	90 000	49,50
"	Cession d'actions	15 000	117,39
Société(s) liée(s) à Pierre Godé	Cession d'actions	10 000	87,46
Gilles Hennessy	Achat d'actions ⁽¹⁾	22 500	50,57
"	Cession d'actions	22 500	97,95
"	Vente de calls	40 000	9,40
"	Achat de puts	40 000	9,40
Patrick Houël	Achat d'actions ⁽¹⁾	140 000	63,44
"	Cession d'actions	50 816	85,10

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

8. QUESTIONS ADMINISTRATIVES

8.1 Liste des mandats et fonctions des Administrateurs

La liste des fonctions et mandats exercés actuellement et au cours des cinq derniers exercices par chacun des Administrateurs figure dans la partie « Gouvernance » du document de référence.

8.2 Composition du Conseil d'Administration

Il vous est proposé de nommer Mesdames Delphine Arnault et Marie-Josée Kravis ainsi que Messieurs Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Pierre Godé et Gilles Hennessy en qualité d'Administrateur.

Il vous est également proposé de nommer Monsieur Patrick Houël en qualité de Censeur.

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 Arnault qui, au 31 décembre 2010, contrôlait 47,64 % du capital et 63,66 % 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 34 % 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

	<i>Page</i>
1. REPORTING SOCIAL DU GROUPE	70
1.1 RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF	70
1.2 TEMPS DE TRAVAIL	75
1.3 RÉMUNÉRATIONS	76
1.4 ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET DIVERSITÉ	77
1.5 DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS	79
1.6 HYGIÈNE ET SÉCURITÉ	81
1.7 RELATIONS PROFESSIONNELLES	82
1.8 RELATIONS AVEC LES TIERS	82
1.9 RESPECT DES CONVENTIONS INTERNATIONALES	84
2. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR CERTAINS INDICATEURS SOCIAUX	85

RESSOURCES HUMAINES

1. REPORTING SOCIAL DU GROUPE

Les travaux menés en 2010 par la Direction des Ressources Humaines afin de renforcer la qualité et la fiabilité du reporting social au sein du Groupe ont été dédiés au développement d'un module de e-learning, qui a été proposé à l'ensemble des acteurs du reporting social. 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 ont également été renforcées au sein de chaque entité organisationnelle par la mise en place d'une signature électronique lors de la validation finale du reporting social.

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.

1.1 Répartition et évolution de l'effectif

1.1.1 Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2010 est de 83 542 collaborateurs, en augmentation de 8 % par rapport à 2009. Il se répartit en 73 981 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 9 561 sous contrat à durée déterminée (CDD). 15 748 salariés travaillent à temps partiel, soit environ 19 % de l'ensemble du personnel. La part des effectifs hors de France est en augmentation de 2 % par rapport à l'an dernier et se situe maintenant à 77 % des effectifs mondiaux.

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, incluant la part de LVMH dans les joint-ventures.

Les autres indicateurs sociaux ont été calculés sur un périmètre de 507 entités organisationnelles couvrant plus de 99,6 % de l'effectif mondial et intègrent la totalité des collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures.

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.

L'effectif moyen 2010 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 72 951 personnes, en augmentation de 4,2 % par rapport à 2009. Les principales évolutions proviennent de l'ouverture de nouveaux magasins principalement aux États-Unis et en Chine. Les groupes d'activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques et Distribution sélective enregistrent ainsi une croissance des effectifs moyens se situant dans une fourchette de 4 à 6 %. Parmi les variations de périmètre, on notera la cession du groupe La Brosse et Dupont en septembre 2010.

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 ⁽¹⁾	2010	%	2009	%	2008	%
Vins et Spiritueux	6 063	7	6 032	8	6 438	8
Mode et Maroquinerie	25 013	30	23 012	30	22 467	29
Parfums et Cosmétiques	17 715	21	17 374	22	17 163	22
Montres et Joaillerie	2 332	3	2 091	3	2 261	3
Distribution sélective	30 998	37	27 389	35	27 347	36
Autres activités	1 421	2	1 404	2	1 411	2
Total	83 542	100	77 302	100	77 087	100

Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾	2010	%	2009	%	2008	%
Vins et Spiritueux	6 204	9	6 230	9	6 470	9
Mode et Maroquinerie	22 744	31	21 414	31	20 793	30
Parfums et Cosmétiques	16 951	23	16 269	23	15 908	23
Montres et Joaillerie	2 175	3	2 133	3	2 161	3
Distribution sélective	23 500	32	22 587	32	22 945	33
Autres activités	1 377	2	1 370	2	1 202	2
Total	72 951	100	70 003	100	69 479	100

(1) Effectif total CDI et CDD.

(2) Effectif moyen CDI et CDD en Équivalent Temps Plein.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre ⁽¹⁾	2010	%	2009	%	2008	%
France	19 495	23	19 310	25	19 737	26
Europe (hors France)	17 428	21	16 793	22	17 226	22
États-Unis	19 650	23	16 567	21	16 723	22
Japon	4 658	6	4 798	6	4 929	6
Asie (hors Japon)	18 168	22	15 996	21	14 831	19
Autres marchés	4 143	5	3 838	5	3 641	5
Total	83 542	100	77 302	100	77 087	100

Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾	2010	%	2009	%	2008	%
France	18 679	26	18 590	26	18 980	27
Europe (hors France)	15 526	21	15 360	22	15 060	22
États-Unis	13 828	19	13 000	19	13 666	20
Japon	4 687	6	4 855	7	4 937	7
Asie (hors Japon)	16 491	23	14 642	21	13 717	20
Autres marchés	3 740	5	3 556	5	3 119	4
Total	72 951	100	70 003	100	69 479	100

(1) Effectif total CDI et CDD.

(2) Effectif moyen CDI et CDD en Équivalent Temps Plein.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre ⁽¹⁾	2010	%	2009	%	2008	%
Cadres	13 915	16	13 022	17	12 809	17
Techniciens, responsables d'équipe	8 141	10	8 075	10	8 036	10
Employés administratifs, personnel de vente	50 055	60	45 075	58	44 616	58
Personnel de production	11 431	14	11 130	15	11 626	15
Total	83 542	100	77 302	100	77 087	100

Effectif moyen au cours de l'exercice ⁽²⁾	2010	%	2009	%	2008	%
Cadres	13 451	18	12 910	18	12 230	17
Techniciens, responsables d'équipe	8 044	11	7 979	11	7 673	11
Employés administratifs, personnel de vente	40 221	55	38 180	55	38 622	56
Personnel de production	11 235	16	10 934	16	10 954	16
Total	72 951	100	70 003	100	69 479	100

(1) Effectif total CDI et CDD.

(2) Effectif moyen CDI et CDD en Équivalent Temps Plein.

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 ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Âge : moins de 25 ans	13,2	6,6	9,7	18,3	6,1	20,7	13,9
25 - 29 ans	21,0	14,8	18,6	21,0	21,1	28,6	23,9
30 - 34 ans	18,3	15,9	20,4	15,4	28,8	18,0	21,5
35 - 39 ans	14,8	16,1	17,8	11,7	21,4	12,0	15,2
40 - 44 ans	11,2	14,2	13,1	9,5	11,0	8,0	10,8
45 - 49 ans	9,0	12,8	9,4	8,5	6,6	6,3	6,4
50 - 54 ans	6,4	10,7	5,7	6,4	3,6	3,6	4,5
55 - 59 ans	4,2	7,5	3,6	4,7	1,2	2,0	2,5
60 ans et plus	1,9	1,4	1,7	4,5	0,2	0,8	1,3
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Âge moyen	36	39	37	36	35	33	35

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

Ancienneté moyenne et répartition par ancienneté

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 11 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 ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Ancienneté : moins de 5 ans	59,1	37,3	57,0	71,6	47,8	72,8	74,4
5 - 9 ans	18,6	20,5	22,5	15,9	32,0	13,3	12,6
10 - 14 ans	10,0	14,5	10,8	7,2	12,1	6,8	7,5
15 - 19 ans	4,5	7,7	4,4	2,5	4,6	3,6	1,9
20 - 24 ans	3,9	9,3	2,7	1,6	2,5	2,2	1,8
25 - 29 ans	1,8	4,8	1,1	0,7	0,6	0,7	0,9
30 ans et plus	2,1	5,9	1,5	0,5	0,4	0,6	0,9
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ancienneté moyenne	7	11	6	5	7	5	5

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

1.1.2 Politique de recrutement

Dans un contexte de forte croissance qui implique le ralliement de talents externes, le groupe LVMH considère que le recrutement est 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.

En effet, 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 à rejoindre une des Maisons du Groupe. C'est également un système de valeurs fondé sur la délégation de responsabilité et l'esprit entrepreneurial et un réseau de compétences centré sur la recherche d'excellence. Une communication institutionnelle sur internet (bannières web sur LinkedIn, Financial Times, MBA Exchange...) a été lancée en 2010 sur les réseaux sociaux avec d'excellents résultats en termes de visibilité et d'interaction avec le site recrutement de LVMH.

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 2010, LVMH est demeurée l'entreprise préférée des étudiants des écoles de commerce françaises dans deux grands classements : Trendence et, pour la cinquième année consécutive, Universum.

Dans un monde globalisé, la circulation des hommes et des idées, la mondialisation des enseignements et le développement des marchés émergents, conduisent à rechercher les meilleures ressources là où elles se trouvent, parfois éloignées des sources traditionnelles de recrutement.

Malgré l'importance des candidatures spontanées, il s'agit d'une démarche proactive consistant à rechercher les meilleurs talents disponibles à l'échelle du monde. Dans cette perspective s'est inscrite l'intervention du Directeur Général délégué du Groupe en octobre 2010 auprès de 150 étudiants de MBA réunis à New York.

LVMH cultive depuis de nombreuses années des partenariats privilégiés avec les écoles et business schools les plus réputées sur les différents continents. Ainsi, le Groupe entretient une relation étroite avec l'Essec (Chaire LVMH sur le marketing du Luxe), avec HEC (Séminaire d'intégration des étudiants internationaux), avec l'INSEAD (Participation à des travaux sur la Chine).

De plus, l'adhésion au réseau CEMS (alliance entre des groupes internationaux et les principales écoles de commerce et de gestion à l'échelle mondiale) donne accès à des étudiants de toutes nationalités et issus des meilleures formations dans plus de 20 pays dans le monde.

Enfin, 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.

Afin de communiquer au mieux sur ses valeurs et ses métiers et satisfaire les demandes de plus en plus exigeantes des étudiants, le Groupe a développé depuis deux ans les « Rendez-Vous LVMH » qui - au-delà d'une présentation institutionnelle du Groupe - leur permettent d'être initiés à l'univers du marketing des marques artisanales du Groupe. Après Harvard, London Business School ou l'IMD à Lausanne, en octobre 2010, ce sont des étudiants de trois MBAs partenaires en Asie - l'INSEAD, NUS et Nanyang - qui ont été invités à participer à un « LVMH Rendez-Vous » à Singapour. Sélectionnés par les équipes Ressources Humaines, ces étudiants ont pu travailler sur le développement et le management des marques de luxe,

à partir du contenu de forums développés à la LVMH House. Comme cela a été souligné par l'un des participants « ce format, très différent des présentations Corporate des autres entreprises, nous permet de comprendre la stratégie, mais mieux encore de réellement appréhender la culture unique du Groupe, entre innovation et tradition ».

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

Dans le cadre du programme FuturA, initiative internationale de recrutement et de développement des hauts potentiels expérimentés, l'introduction de « Journées de Recrutement » a été étendue aux États-Unis et à l'Asie. Cette méthodologie qui se déroule sur une journée complète et qui se base sur le principe de la mise en conditions réelles, a fait ses preuves pour l'évaluation des candidats à haut potentiel. Elle est également très prisée des candidats qui reçoivent un retour systématique et personnalisé de leur journée. L'intégration de ces managers fait l'objet d'une attention toute particulière afin que – rejoignant les cadres à haut potentiel déjà identifiés dans le Groupe – ils bénéficient de missions valorisantes et d'une bonne visibilité au sein de LVMH. Ainsi, le groupe LVMH œuvre en permanence pour se doter d'un vivier de talents de très haute qualité, diversifié en termes de nationalités, de genres et de métiers, afin de constituer les équipes dirigeantes de demain.

LVMH vise l'exemplarité dans ses pratiques en matière de ressources humaines, notamment en ce qui concerne le recrutement de ses futurs collaborateurs. Les pratiques de recrutement de LVMH se doivent de refléter les valeurs du Groupe et les standards les plus élevés de responsabilité et de respect de tous, ceci au quotidien et partout dans le monde. Dans ce cadre, les équipes Ressources Humaines du Groupe s'appuient sur un code de conduite recrutement. Destiné à tous les acteurs participant aux processus de recrutement, ce code de conduite reflète l'ambition et le niveau d'exigence que les Maisons souhaitent avoir en termes de respect des candidats et d'efficacité de nos méthodes, quel que soit le type de poste, le métier ou le pays concerné. Diverses initiatives ont également été mises en œuvre pour renforcer le

professionnalisme en termes d'identification et sélection des futurs collaborateurs : renforcement de l'offre de formation en recrutement, partage d'outils et de méthodes d'évaluation en support aux entretiens permettant une évaluation la plus objective possible, développement des journées de recrutement, notamment.

Depuis 2008, le Groupe conduit un « testing sollicité » permanent des annonces de recrutement paraissant sur son site internet : un organisme indépendant, selon une méthodologie particulièrement rigoureuse sur le plan déontologique, teste les réponses aux candidatures sujettes à discrimination. Dans le cadre d'un processus aléatoire obéissant à des principes statistiques, 18 % des offres ont ainsi été testées. En 2010, sur 848 offres émises, aucun biais n'a été constaté dans le traitement des candidatures.

1.1.3 Mouvements : recrutements, mobilités, départs

En 2010, les recrutements ont concerné 18 962 personnes sous contrat à durée indéterminée dont 2 268 en France. 4 695 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 14 250 en 2010, dont plus de 45 % dans la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (70,0 %), le licenciement individuel (14,4 %) et le licenciement pour motif économique (5,8 %). 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 en 2010 s'est concrétisée par un fort accroissement des recrutements et des départs qui ont respectivement augmenté de 56 % et 12 % par rapport à l'année précédente.

Le taux de turnover global a ainsi augmenté de 5 % par rapport à 2009 et reste sensiblement différent suivant les zones géographiques : les taux les plus élevés se rencontrent en Amérique du Nord et en Asie où les marchés de l'emploi sont les plus fluides.

Turnover par zone géographique

(en %)	2010	France	Europe ⁽⁴⁾	USA	Japon	Asie ⁽⁵⁾	Autres marchés	2009	2008
Turnover global ⁽¹⁾	19,3	10,1	16,4	28,0	8,7	25,9	21,6	18,2	25,0
dont : turnover volontaire ⁽²⁾	13,5	4,3	11,4	21,2	7,5	19,4	16,5	11,4	18,5
turnover involontaire ⁽³⁾	5,1	4,5	4,5	6,4	1,1	6,4	4,8	6,3	5,9

(1) Tous motifs.

(2) Démissions.

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

(4) Hors France.

(5) Hors Japon.

Répartition des mouvements ⁽¹⁾ sous contrat à durée indéterminée par groupe d'activités et zone géographique

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Vins et Spiritueux	526	242	868	637	623	750
Mode et Maroquinerie	4 964	3 267	5 427	3 461	3 221	3 693
Parfums et Cosmétiques	4 213	2 709	4 283	3 185	2 665	2 812
Montres et Joaillerie	472	294	459	355	482	339
Distribution sélective	8 648	5 509	11 607	6 470	5 557	9 713
Autres activités	139	110	151	142	123	376
Total	18 962	12 131	22 795	14 250	12 671	17 683
France	2 268	1 416	2 814	1 838	1 679	2 424
Europe (hors France)	3 240	2 086	4 126	2 607	2 616	2 835
États-Unis	5 804	3 198	8 417	4 197	3 869	7 092
Japon	405	370	691	365	510	560
Asie (hors Japon)	6 266	4 271	5 943	4 431	3 327	4 316
Autres marchés	979	790	804	812	670	456
Total	18 962	12 131	22 795	14 250	12 671	17 683

(1) 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.

Plus de 1 200 évolutions de carrière par mobilité interne ont été réalisées en 2010, 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 que 20 % des mobilités ont été mises en œuvre en 2010 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. 3 887 collaborateurs ont été promus en 2010, 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 ⁽¹⁾ (en %)	Effectif mondial	France	Europe ⁽²⁾	USA	Japon	Asie ⁽³⁾	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	15	35	15	5	14	1	1
Temps partiel	19	11	22	41	1	7	17
Travail en équipe ou en horaires alternants	38	9	10	69	81	56	41

(1) 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.

(2) Hors France.

(3) Hors Japon.

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

Effectif concerné ⁽¹⁾ (en %)	Effectif France	Cadres	Techniciens Responsables d'équipe	Employés administratifs Personnel de vente	Personnel de production
Horaires variables ou aménagés	35	37	52	50	1
Temps partiel	11	3	6	25	7
Travail en équipe ou en horaires alternants	9	-	6	2	33
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	12	-	19	18	12

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

1.2.2 Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 38,1 millions d'euros, soit en moyenne 1,5 % de la masse salariale mondiale. La répartition varie de 0,9 % à 1,8 % de la masse salariale selon les zones géographiques.

Taux d'heures supplémentaires par région

(en % de la masse salariale)	Effectif mondial	France	Europe ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Heures supplémentaires	1,5	1,5	1,7	1,3	1,8	1,6	0,9

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

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 en baisse de près de 8 % par rapport aux années précédentes (5,2 % en 2009 et 4,5 % en 2008). Les deux causes principales d'absence sont la

maladie (2,4 %) 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 ⁽¹⁾ par région et par motif

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

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

(2) Hors France.

(3) Hors Japon.

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 l'accès, par la promotion, aux postes de positionnement élevé et dans la distribution des niveaux de performance individuelle.

L'étude menée en 2010 sur la répartition des niveaux de performance individuelle montre ainsi une distribution identique pour les femmes et pour les hommes.

La plupart des sociétés françaises du Groupe versent à l'ensemble de leur personnel des montants de participation et/ou d'intéressement très substantiels. Enfin, LVMH a poursuivi en 2010 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 %)	2010	2009	2008
Moins de 1 500 euros	4,0	7,8	10,7
1 501 à 2 250 euros	34,3	33,3	29,3
2 251 à 3 000 euros	21,9	21,6	23,5
Plus de 3 000 euros	39,8	37,3	36,5
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)	2010	2009	2008
Masse salariale brute - Contrats à durée déterminée ou indéterminée	2 528,8	2 295,8	2 210,5
Charges sociales patronales	653,5	592,9	573,4
Travail temporaire	113,4	85,5	128,2
Total frais de personnel	3 295,8	2 974,2	2 912,1

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 6,1 % 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 2010 une charge globale de 92,1 millions d'euros, versée au titre de l'année 2009, en légère diminution par rapport aux années précédentes.

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Participation	53,2	67,7	62,3
Intéressement	32,6	31,5	36,9
Abondement aux plans d'épargne	6,3	5,5	5,6
Total	92,1	104,7	104,8

1.4 Égalité professionnelle et diversité

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 Directions des Ressources Humaines des Maisons à travers diverses actions. L'analyse permanente, par un organisme indépendant, d'un échantillon d'offres publiées sur le site internet lvmh.fr permet d'analyser et valider l'objectivité des pratiques de recrutement. Afin de compléter les actions de sensibilisation, près de 650 managers, exerçant des fonctions de tuteurs et parrains auprès d'un nouveau collaborateur ont été formés à la prévention des discriminations et au management des diversités. En amont du recrutement, à travers les opérations « JobStyle », Sephora et Make Up For Ever ont mis leur savoir-faire au service des demandeurs d'emploi les plus fragilisés : jeunes sans qualification, issus d'une minorité ethnique, candidats en reconversion professionnelle, en situation de handicap. Plus de 300 demandeurs d'emploi ont ainsi été accompagnés et préparés à l'entretien d'embauche au travers d'ateliers individuels et collectifs de coaching en image de soi.

En 2010, LVMH a de nouveau remporté le Prix Spécial du Jury des Trophées de la Diversité pour ses actions de recrutement par aptitudes des personnes handicapées. Sephora a obtenu le Trophée National de l'Entreprise Citoyenne 2010 pour ses ateliers « JobStyle » d'accompagnement des demandeurs d'emploi. Ces distinctions viennent couronner une politique développée dans l'ensemble des Maisons du Groupe.

1.4.1 L'égalité homme-femme

La créativité et la diversité constituant des valeurs fondatrices de LVMH, les femmes y trouvent naturellement leur place : 74 % des effectifs sont féminins. 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 présent dans les Parfums et Cosmétiques (84 % de femmes), la distribution de produits de luxe (81 % de femmes) ou la Mode et Maroquinerie (73 % de femmes). À l'opposé, les emplois occupés par des hommes sont majoritaires dans les métiers des Vins et Spiritueux et représentent 65 % des effectifs de ce groupe d'activités.

Le Groupe compte également 61 % de femmes parmi ses cadres et plus de 30 % parmi les Comités de Direction des Maisons. Six sociétés du Groupe ont à leur tête une Présidente : Krug, Fred, Loewe, Montres Dior, Kenzo Parfums et Acqua di Parma.

Représentativité des femmes dans les recrutements ⁽¹⁾ et dans les effectifs du Groupe

(% de femmes)	Recrutements			Effectifs Groupe		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	46	40	44	35	35	35
Mode et Maroquinerie	70	67	70	73	73	73
Parfums et Cosmétiques	86	87	83	84	82	82
Montres et Joaillerie	56	64	57	57	57	55
Distribution sélective	81	82	70	81	80	80
Autres activités	50	45	60	44	47	57
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	61	58	57	61	60	59
Techniciens/Responsables d'équipe	70	71	66	67	69	69
Employés administratifs/Personnel de vente	81	82	76	81	81	81
Personnel de production	66	54	58	64	63	63
Répartition par zone géographique						
France	72	71	70	68	67	67
Europe (hors France)	79	76	79	76	75	76
États-Unis	79	80	66	76	76	74
Japon	81	79	78	78	77	77
Asie (hors Japon)	77	78	73	76	75	76
Autres marchés	75	77	73	65	63	62
Groupe LVMH	77 %	77 %	71 %	74 %	73 %	73 %

(1) 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 : 73 % des collaborateurs promus en 2010 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, la Direction des Ressources Humaines Corporate développe autant de programmes visant à faciliter l'accès des femmes aux postes à responsabilités. Dans le cadre de ces programmes, plus de 200 dirigeant(e)s et managers ont assisté en mai 2010 à la conférence mixité de Brigitte Grésy, inspectrice générale des affaires sociales, rapporteure de la mission sur l'image des femmes dans les médias et auteure du rapport sur l'égalité professionnelle remis en 2009 au ministre du travail. Par ailleurs, le Groupe a développé des relations fortes avec des réseaux et mouvements associatifs comme HEC au féminin ou Business Professional Women International (BPWI).

Enfin les Maisons Hennessy, Moët Hennessy Diageo et Le Bon Marché ont signé en 2010 des accords d'entreprise dans le domaine

de la mixité, prévoyant des dispositions concernant les conditions de travail, les rémunérations, les carrières et une meilleure conciliation entre vie privée et vie professionnelle.

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 68 % 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.

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. 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. Givenchy a mis en place un système de tutorat visant à faciliter la transmission des savoir-faire, en créant des binômes premier ou second d'atelier/tuteur ou 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 ».

Dans le monde, 12,5 % des collaborateurs du groupe LVMH ont plus de 50 ans. Cette population représente 19,6 % de l'effectif en France.

1.4.3 L'emploi des personnes handicapées

La mission handicap de LVMH, fédérant 30 Maisons du Groupe constitue un puissant levier d'actions dans la politique en faveur des personnes handicapées. La formation et la sensibilisation des équipes se sont intensifiées au travers de 25 événements dans 15 sociétés couvrant environ 70 % des effectifs : atelier sensoriel « dans le Noir absolu » pour les 240 chercheurs lors de l'Université d'été de LVMH Research (sensibilisation à la déficience visuelle), HandiChat de recrutement en direct sur internet, mystery shopping...

Le Groupe est particulièrement attentif au maintien dans l'emploi des salariés devenus handicapés, comme l'illustrent 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. Plus de 80 salariés touchés par le handicap ont ainsi été maintenus à leur poste de travail grâce à ces ateliers aménagés, sur les deux dernières années.

En matière de recrutement, LVMH a développé une méthodologie de recrutement basée sur des mises en situations professionnelles, à l'attention des candidats handicapés : les assessment centers « Handi-Talents ». 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, au sein de parcours « atypiques ». 40 candidats handicapés ont été recrutés en 2010, soit un tiers de plus qu'en 2009.

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.

Le personnel handicapé représente 1,1 % de l'effectif mondial ; en France, ce taux est de 2,8 %, en progression continue depuis plusieurs années, et les prestations sous-traitées au secteur protégé et adapté ont représenté un montant d'environ 5,5 millions d'euros en 2010, soit l'équivalent de plus de 140 emplois indirects.

1.5 Développement des collaborateurs

LVMH entend donner à ses collaborateurs les moyens de leur développement professionnel. La revue annuelle des talents et des plans de succession (Organizational Management Review) 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, ressources internes et besoins nécessaires à la croissance des Maisons. Elle assure également l'évolution des collaborateurs au sein du Groupe par l'identification d'opportunités de carrière à plus ou moins long 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. Un module de e-learning, combinant vidéos et interactivité, a été développé en 2010 à l'intention des 14 000 managers présents dans le monde 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. En effet, la dimension du Groupe autorise une multiplicité d'itinéraires, à travers la diversité des secteurs d'activités et des métiers, le nombre de marques et de Maisons, ainsi que la variété des implantations géographiques. C'est grâce à la mobilité interne que les collaborateurs progressent vers l'attribution de responsabilités nouvelles, permettant d'accroître leurs compétences professionnelles et d'épanouir leur personnalité. Pour faciliter ces mobilités à l'intérieur du Groupe, des revues systématiques et fréquentes 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 1 200 évolutions de carrière par mobilité interne ont été réalisées en 2010, soit un poste sur deux

pourvu par mobilité et deux tiers des postes clés sont actuellement occupés par des talents issus de mobilités internes.

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. À cet égard, les forums de la LVMH House, à Londres, apportent une contribution originale à la mise en commun des connaissances du Groupe en matière de gestion des marques, de créativité et d'innovation produits ainsi que d'approche des clients dans l'industrie du luxe. Au cours de l'année 2010, 17 forums ont été organisés, rassemblant 400 participants issus de 29 pays et 30 Maisons. Avec une augmentation de 35 % de la population concernée par rapport à 2009, le Groupe diffuse largement au sein de son encadrement les meilleures pratiques identifiées par ses cadres dirigeants. La LVMH House a également mis en œuvre de nouveaux modules de formations managériales dans les différentes régions géographiques où le Groupe est présent, avec notamment le lancement du « Client Insight Forum » aux USA et en Asie. En complément de ces forums fondamentaux, un certain nombre de Maisons ont bâti, avec la LVMH House, des déclinaisons spécifiquement adaptées à leurs métiers, notamment Fendi, Moët & Chandon, Loewe et DFS. Le développement du leadership demeurant un axe prioritaire des efforts de formation du Groupe, des membres du Comité Exécutif se sont investis dans les forums de leadership à l'intention des managers de haut niveau. L'année 2010 aura vu se créer le premier programme de développement du leadership qui sera développé désormais en Asie, aux États-Unis et en Europe, ce qui permettra aux Maisons du Groupe d'étendre ces formations à tous les niveaux de management. D'autre part, la LVMH House a conçu et bâti un nouveau Forum « Strategic HR », spécifiquement destiné à la communauté Ressources Humaines, dont deux sessions ont déjà eu lieu en 2010, avec l'objectif d'en faire bénéficier les 120 principaux responsables de cette fonction dans les trois prochaines années. Combinant à la fois les approches de management économique et opérationnel et les thèmes propres aux Ressources Humaines, sont ainsi abordés le pilotage des organisations, la gestion du changement et les relations interculturelles.

Par ailleurs, une offre de formation diversifiée est proposée aux collaborateurs des Maisons afin d'accompagner leur évolution au sein du Groupe. Ainsi, en 2010, près de 2 200 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.

De nouveaux programmes ont été développés par le Groupe en 2010. « LVMH Expérience », proposé aux managers qui nous ont récemment rejoints, est un véritable voyage à travers les boutiques, les marques, la stratégie et la philosophie du Groupe. « LVMH Perspectives » propose à ces mêmes managers, au cours de leur développement de carrière et afin de l'accélérer, de se confronter à deux dimensions : la connaissance de soi afin d'être capable de construire son avenir au sein des marques du Groupe à moyen terme, et l'exposition à des défis stratégiques auxquels sont confrontés les cinq secteurs d'activités de LVMH en rencontrant les principaux managers de ces Maisons.

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	2010	2009	2008 ⁽¹⁾
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	61,7	53,7	57,9
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	2,4	2,3	2,6
Nombre moyen de jours de formation par salarié	2,5	2,4	2,7
Coût moyen de la formation par salarié <i>(en euros)</i>	728	689	751
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	65,0	59,1	63,5

(1) En 2008, mise en place d'une nouvelle définition plus restrictive des actions de formation à prendre en compte dans le reporting social mondial.

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présents 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 2010 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 61,7 millions d'euros, soit 2,4 % de la masse salariale. Après un recul en 2009 lié à une conjoncture difficile, les indicateurs de l'effort global de formation ont enregistré une hausse significative et se stabilisent à des valeurs comparables à celles des années précédentes.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein se situe à près de 730 euros. Au cours de l'année 2010, le nombre total de jours de formation s'élève à 213 749 jours, soit un équivalent d'environ 970 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, ont été également améliorés par rapport à 2009. Ainsi, 65 % des salariés ont eu accès à la formation en 2010 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 ⁽¹⁾	USA	Japon	Asie ⁽²⁾	Autres marchés
Investissement formation (en millions d'euros)	24,3	10,8	10,8	4,9	9,3	1,6
Part de la masse salariale (en %)	3,3	2,1	1,8	2,4	2,5	1,8
Salariés formés au cours de l'année (en %)	63,4	55,9	58,5	86,0	73,4	74,0
dont : Cadres	72	62	44	77	71	61
Techniciens et Responsables d'équipe	67	55	32	82	79	84
Employés administratifs et Personnel de vente	51	54	67	88	73	74
Personnel de production	66	57	41	91	81	83

(1) Hors France.

(2) Hors Japon.

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présents 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. 19 540 salariés ont bénéficié de tels séminaires en 2010.

1.6 Hygiène et sécurité

En 2010, il a été dénombré 863 accidents de travail avec arrêt qui se sont traduits par 16 650 journées de travail perdues. Les taux de fréquence et gravité sont en amélioration constante depuis plusieurs années. Le taux d'incidence des accidents du travail ayant entraîné un décès est de 2,52 en 2010 (2 accidents pour un effectif moyen de 79 500 personnes) et 310 accidents de trajet ont également été recensés, occasionnant 6 830 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 ⁽¹⁾	Taux de gravité ⁽²⁾
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	124	9,67	0,23
Mode et Maroquinerie	174	3,68	0,07
Parfums et Cosmétiques	134	3,93	0,06
Montres et Joaillerie	11	2,30	0,03
Distribution sélective	394	7,45	0,15
Autres activités	26	8,59	0,11
Répartition par zone géographique			
France	406	13,59	0,31
Europe (hors France)	136	4,11	0,07
États-Unis	142	4,62	0,11
Japon	6	0,64	0,01
Asie (hors Japon)	142	3,95	0,04
Autres marchés	31	3,98	0,06
Groupe LVMH			
2010	863	5,87	0,11
2009	811	5,98	0,13
2008	971	7,07	0,14

(1) Le Taux de fréquence est égal au nombre d'accidents avec arrêt, multiplié par 1 000 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées ⁽³⁾.

(2) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées ⁽³⁾.

(3) Pour les sociétés situées hors de France, le nombre total d'heures travaillées par salarié est estimé à 2 000 en équivalent temps plein.

Plus de 14,2 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en 2010. 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 43 millions d'euros soit 1,7 % de la masse salariale brute au niveau mondial.

Plus de 17 600 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 2010, LVMH a donc structuré un 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, Guerlain...), 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. 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.

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 2010, les représentants du personnel ont participé à 1 270 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'Entreprise	477
Délégués du Personnel	440
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	183
Autres	170
Total	1 270

Ces réunions ont notamment permis la signature de 107 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). Plus spécifiquement, des accords 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 2010, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 13,4 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 11,7 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, par exemple, signe un engagement éthique avec ses sous-traitants, véritable cahier des charges qui concerne entre autres le respect de l'environnement et le respect des droits fondamentaux du travail ; des audits sont effectués auprès des fournisseurs. Sephora inclut le respect des droits des salariés, le non-travail des enfants, la non-discrimination, le respect du temps de travail et de l'environnement dans les cahiers des charges de ses fournisseurs. Louis Vuitton a mis en place une démarche éthique de pré-audits sociaux basée sur le respect des réglementations locales et des standards définis par la Norme SA 8 000 qui se base sur les conventions de l'OIT : non-travail des enfants, conditions de travail, hygiène et sécurité, représentation et droit à la négociation collective, non-discrimination, pratiques disciplinaires, temps

de travail et rémunération. Pour mener à bien un pré-audit social de façon autonome, les acheteurs Louis Vuitton reçoivent une formation théorique présentant la démarche et les critères ainsi qu'une formation pratique sur le terrain en étant accompagnés par un auditeur social. Donna Karan International a conçu un « *Vendor Code of Conduct* » reprenant les principes fondamentaux du droit du travail et encourageant les plus hauts standards éthiques et un « *Vendor Profile Questionnaire* », document signé par le sous-traitant lors de la demande de pré-approbation. La société a également instauré un « *Vendor Compliance Agreement* » qui prévoit des audits indépendants des fournisseurs pour vérifier que les engagements sont respectés. De la même manière TAG Heuer demande à tous ses nouveaux fournisseurs à l'international 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 2010, ces nombreux travaux ont permis la création d'une base de données fournisseurs commune pour le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et la mise en place d'un référentiel d'évaluation commun pour les fournisseurs. Ce référentiel va permettre de faciliter les échanges entre les différentes Maisons du Groupe et le suivi des audits sociaux et environnementaux, de leurs résultats et des éventuels plans d'actions mis en place.

En 2010, 262 audits sociaux ont été réalisés, par des tiers spécialisés à près de 95 %, chez 217 de nos fournisseurs. Près d'un quart de ces audits ont affiché des résultats en ligne avec nos exigences et 46 % 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 26 % et 2 % des audits réalisés. Au total, 109 plans d'actions correctives ont été mis en place chez nos fournisseurs dont les résultats d'audits identifiaient des pistes d'amélioration. Les Maisons du Groupe sont même parfois amenées à prendre des dispositions plus extrêmes. À titre d'exemple, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a refusé de continuer à travailler avec un site d'un de ses fournisseurs qui ne répondait pas aux exigences du Code de conduite en matière de sécurité du personnel et de paiement des heures supplémentaires ; la marque Donna Karan, quant à elle, a mis fin à sa collaboration avec deux de ses fournisseurs.

Portées par une volonté d'amélioration continue, toutes les Maisons vont continuer en 2011 leurs plans d'audit des fournisseurs ainsi que le suivi des plans d'actions. Au-delà des réunions de partage au niveau du Groupe, trois groupes de travail « Europe », « Amériques » et

« Asie » sont créés pour faciliter et augmenter la fréquence des échanges dans chaque région. Une nouvelle initiative d'optimisation du transport au niveau du Groupe sera également lancée en 2011.

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 5,5 % 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 culturels, 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.

En Champagne les actions en faveur de la diversité de Moët & Chandon ont été unanimement saluées cette année par la Commission pour la Promotion de l'Égalité des Chances et de la Citoyenneté présidée par le Préfet.

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

LVMH met en place de nombreux partenariats et tisse de multiples liens avec des institutions éducatives pour mieux faire connaître les métiers du Groupe à l'international et susciter des vocations. Le Groupe 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 20 pays. Les principales sociétés participent plusieurs fois par an à des présentations sur les campus de ces universités. Le calendrier de ces rendez-vous en France et à l'international est disponible sur le site internet de LVMH.

LVMH met également en œuvre des moyens et des partenariats pour encourager l'accès des plus défavorisés à des métiers d'excellence et leur permettre d'exprimer leurs talents. En France, de nombreuses actions en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes 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 146 jeunes diplômés issus de quartiers défavorisés. Leur temps de recherche d'emploi a été divisé par deux. Dans le même esprit, LVMH a signé une convention de partenariat avec la Ville de Montfermeil, une des communes les plus volontaristes de la banlieue parisienne, pour faciliter la promotion sociale des jeunes issus des quartiers défavorisés, au travers de l'accueil de stagiaires et de seniors. De même, dans la Cosmetic Valley, le site de production de Parfums Christian Dior a embauché et formé un groupe de collaborateurs en grande précarité sociale, en lien avec l'association locale PARE.

Acteurs d'un partenariat avec Sciences Po dans le cadre des Conventions d'Éducation Prioritaire, des managers de LVMH participent depuis deux ans aux jurys d'admission des jeunes issus d'établissements situés en zones « sensibles ». Ponctuellement, les cadres du Groupe interviennent au sein des lycées et collèges de banlieue dans le cadre du partenariat avec le Réseau National des Entreprises pour l'Égalité des Chances dans l'Éducation.

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.

D'autres initiatives sont entreprises à l'étranger par les sociétés du Groupe. En Inde, les salariés de Moët Hennessy sont encouragés à donner de leur temps pour accompagner les enfants des rues afin de faciliter leur scolarisation. 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 participe 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 Do Brasil participe à des actions d'insertion professionnelle de jeunes en difficulté ou issus de milieux défavorisés et Moët Hennessy Argentina propose, en partenariat avec des organismes de formation, des programmes d'éducation destinés aux familles des salariés.

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 ». Dans le même esprit, 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 550 collaborateurs ont été accueillis en contrat d'alternance en 2010 en France. 80 % des personnes en contrat de professionnalisation sont en emploi durable à l'issue de celui-ci. Au 31 décembre 2010, on dénombrait 522 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 DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR CERTAINS INDICATEURS SOCIAUX

A 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 ⁽¹⁾ de l'exercice 2010 (« les Données ») sélectionnés par le Groupe dans le document de référence 2010 (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 2010.

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 ⁽²⁾ 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 28% 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. Éric Dugelay.

Commentaires sur les procédures

Lors de nos travaux nous avons pu constater que malgré les améliorations apportées, 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 2011

L'un des Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIES

Thierry Benoit

(1) La vérification a porté sur la valeur « total Groupe » pour 2010 des indicateurs sociaux suivants : effectif total, nombre de cadres, turnover volontaire, turnover involontaire, recrutements, pourcentage de femmes cadres, salariés formés au cours de l'année, nombre moyen de jours de formation par salarié, accidents de travail avec arrêt, accidents de trajet, journées de travail perdues, taux de fréquence et taux de gravité.

(2) Filiales : Sephora NA (USA), Louis Vuitton France (Société Louis Vuitton Services, Société Louis Vuitton Magasins, Société des Ateliers Louis Vuitton), Sephora SA (France), MHCS (France), Starboard Cruise Services (USA).

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

LVMH ET L'ENVIRONNEMENT

	<i>Page</i>
1. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT	88
1.1 CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU, MATIÈRES PREMIÈRES ET ÉNERGIE	88
1.2 CONDITIONS D'UTILISATION DES SOLS ; REJETS DANS L'AIR, L'EAU ET LE SOL	91
1.3 LIMITATION DES ATTEINTES À L'ÉQUILIBRE BIOLOGIQUE, AUX MILIEUX NATURELS, AUX ESPÈCES ANIMALES ET VÉGÉTALES PROTÉGÉES	94
1.4 PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT AU SEIN DU GROUPE	94
2. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR UNE SÉLECTION D'INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX	98

1. CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2010 le périmètre suivant :

- Sites de production, entrepôts et sites administratifs : 175 des 191 sites détenus et/ou exploités par les sociétés contrôlées par le Groupe sont couverts. Les 16 sites non couverts correspondent principalement aux sites de production de Hublot et Wen Jun Distillery, ainsi qu'aux sites administratifs de Benefit, Berluti, Donna Karan, Emilio Pucci, Fresh, Marc Jacobs, et Thomas Pink.

- Magasins : Les magasins français de Céline, Guerlain, les magasins français et certains magasins internationaux de Louis Vuitton, Le Bon Marché, les magasins de DFS, les magasins espagnols de Loewe et certains magasins français, américains et canadiens de Sephora sont couverts. Selon les indicateurs environnementaux concernés, le périmètre concerné peut varier sensiblement :

- consommation d'énergie et émissions de gaz à effet de serre : 53 % des surfaces de ventes des magasins américains et canadiens de Sephora sont couverts, certains magasins Louis Vuitton et DFS ne sont pas couverts ;

- consommation d'eau : 28 % des surfaces de ventes des magasins français de Sephora sont couverts, les magasins américains et canadiens de Sephora ne sont pas couverts ;

- production de déchets : les magasins de Céline et de Fendi, les magasins espagnols de Loewe, les magasins français, américains et canadiens 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 2010, le périmètre des magasins couvre 40 % des surfaces de ventes pour la consommation d'énergie et 17 % 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.

Le périmètre des magasins ne couvre pas les magasins exploités en franchise par les activités Parfums et Cosmétiques ainsi que Mode et Maroquinerie.

Les évolutions du périmètre du reporting par rapport à 2009 sont constituées de l'intégration de Royal Van Lent, de Chandon Do Brasil, de Numanthia et de magasins Louis Vuitton, ainsi que de la cession de La Brosse et Dupont. Pour la Maison Fendi, les données 2009 ont été reconduites.

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.

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)	2010	2009	Évolution (%)
Besoins « process »	1 734 339	2 074 369	(16)
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	6 521 146	6 539 212	-

La consommation d'eau utilisée pour les besoins « process » des sociétés du Groupe a diminué de 16 % en valeur absolue entre 2009 et 2010 et atteint environ 1,73 million de m³. La consommation d'eau des surfaces de vente exclues du périmètre (83 % de la consommation d'eau des surfaces de vente totales) est estimée à 1 053 469 m³. En 2010, un atelier du groupe d'activité Mode et Maroquinerie et un magasin du groupe d'activité Distribution sélective ont prélevé 212 033 m³ d'eau pour des besoins de refroidissement. L'eau prélevée par l'atelier est rejetée dans son milieu sans modification physique, chimique et biologique importante ; l'eau prélevée par le magasin circule en circuit fermé. Elle n'est pas consolidée dans le reporting Groupe.

Consommation d'eau par groupe d'activités

(besoins process, en m ³)	2010	2009	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	928 934	1 141 986	(19) ⁽¹⁾
Mode et Maroquinerie	261 641	253 682	3
Parfums et Cosmétiques	213 450	283 711	(25) ⁽²⁾
Montres et Joaillerie	9 120	8 687	5
Distribution sélective	295 230	366 516	(19) ⁽³⁾
Autres activités	25 964	19 787	31 ⁽⁴⁾
Total	1 734 339	2 074 369	(16)

(1) Évolution liée à la baisse de l'activité sur certains sites Glenmorangie.

(2) Évolution liée à l'amélioration de la performance sur les sites de production Parfums Christian Dior.

(3) Évolution du nombre de magasins inclus dans le périmètre.

(4) Évolution liée à l'intégration de Royal Van Lent.

L'utilisation de l'eau est nécessaire à la vie des vignes en Californie, Argentine, Australie et Nouvelle-Zélande en raison du climat. L'irrigation est étroitement encadrée par les autorités locales qui délivrent des autorisations. En outre, le Groupe a pris des mesures pour en limiter l'utilisation :

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

1.1.2 Consommation d'énergie

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

En 2010, les filiales comprises dans le périmètre de reporting ont consommé 554 425 MWh répartis entre les sources suivantes : 65 % d'électricité, 19 % de gaz naturel, 7 % de fioul lourd, 5 % de fioul, 2 % de butane-propane, 1 % de vapeur et moins de 1 % d'énergies renouvelables. Cela représente une augmentation de 3 % par rapport à 2009.

Cette consommation provient, en ordre décroissant, des groupes d'activités de Distribution sélective (35 %), Vins et Spiritueux (28 %), Mode et Maroquinerie (19 %) et Parfums et Cosmétiques (13 %) ; les 5 % restants sont générés par les Montres et Joaillerie et les autres activités du Groupe.

La consommation d'énergie des surfaces de vente exclues du périmètre (60 % des surfaces de vente totales) est estimée à 289 913 MWh.

À titre comparatif, pour le secteur de l'industrie en France, les consommations d'électricité sont de 123 000 000 MWh (données MINEFI, 2007) et celles de gaz de 154 000 000 MWh (données MINEFI, 2007).

Consommation d'énergie par groupe d'activités

(en MWh)	2010	2009	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	155 882	167 769	(7)
Mode et Maroquinerie	104 439	83 180	26 ⁽¹⁾
Parfums et Cosmétiques	70 816	67 167	5
Montres et Joaillerie	7 217	7 546	(4)
Distribution sélective	196 266	197 841	(1)
Autres activités	19 805	12 435	59 ⁽²⁾
Total	554 425	535 938	3

(1) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites Louis Vuitton.

(2) Évolution liée à l'intégration de Royal Van Lent.

Consommation par source d'énergie en 2010

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Fioul	Butane Propane	Vapeur
Vins et Spiritueux	59 837	37 233	37 334	14 756	6 722	-
Mode et Maroquinerie	76 803	22 116	-	267	4 023	932
Parfums et Cosmétiques	39 133	30 635	-	99	-	649
Montres et Joaillerie	4 393	2 824	-	-	-	-
Distribution sélective	167 991	9 347	-	14 118	-	4 810
Autres activités	13 578	5 245	2	43	29	908
Total	361 735	107 400	37 336	29 283	10 774	7 299

S'ajoutent également 598 MWh d'énergie solaire thermique pour le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et Mode et Maroquinerie.

Le groupe LVMH travaille particulièrement sur deux axes majeurs : les transports des matières premières et des produits finis et les bâtiments. L'éclairage des 2 416 magasins étant l'une des principales causes d'émission de gaz à effet de serre du Groupe, différentes actions de recherche et d'innovation ont pour objectif de réduire la consommation d'énergie tout en conservant l'extrême qualité des sources lumineuses. À titre d'exemple, Le Bon Marché, pour la rénovation de l'espace Balthazar, a installé un système d'éclairage très innovant mêlant des lampes iodures métalliques et des leds qui, sans diminuer la qualité de l'éclairage global, ont déjà permis d'atteindre un niveau de consommation de 30 W/m². Autre exemple, la rénovation du comptoir Parfums Christian Dior situé au sein des Galeries Lafayette Haussmann a intégré des éclairages à leds, la dépense d'énergie pour l'éclairage direct ayant été ainsi réduite à 50 W/m².

En matière de promotion des énergies renouvelables, Louis Vuitton, par exemple, a mis en service, début octobre 2010, 2 000 m² de membranes photovoltaïques et 64 panneaux photovoltaïques sur son entrepôt de Cergy 1, la production attendue étant estimée à 90 MWh par an. Parallèlement, TAG Heuer a annoncé la mise

en œuvre de 750 m² de panneaux photovoltaïques de fabrication européenne, l'une des plus grandes installations de Suisse romande, sur le toit de ses quatre bâtiments de la Chaux-de-Fonds. La production devrait atteindre 100 000 kWh par an.

1.1.3 Consommation de matières premières

Étant donné la variété des activités du Groupe et la multiplicité des matières premières utilisées, le seul critère significatif, pertinent et commun à toutes les Maisons 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)	2010	2009	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	148 145	115 950	28
Mode et Maroquinerie	5 711	4 764	20
Parfums et Cosmétiques	21 974	20 800	6
Montres et Joaillerie	440	386	14
Distribution sélective	1 327	1 327	-
Total	177 597	143 227	24⁽¹⁾

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

Répartition du poids total d'emballages mis sur le marché, par type de matériau, en 2010

(en tonnes)	Verres	Papier-carton	Plastiques	Métal	Autres matériaux d'emballage
Vins et Spiritueux	125 656	17 547	2 296	1 315	1 331
Mode et Maroquinerie	-	4 724	7	14	966
Parfums et Cosmétiques	11 815	4 171	4 562	600	826
Montres et Joaillerie	-	177	-	-	263
Distribution sélective	232	140	871	49	35
Total	137 703	26 759	7 736	1 978	3 421

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. Ainsi, parmi d'autres exemples, les Maisons de Champagne ont réalisé le tirage des cuvées de brut non millésimées avec des bouteilles allégées, réduisant ainsi le tonnage de verre de 1 755 tonnes, une économie de 792 tonnes d'équivalent CO₂. Bodegas Chandon en Argentine a également réduit le poids de ses bouteilles, représentant une économie de 1 576 tonnes de verre, soit 693 tonnes d'équivalent CO₂. Parfums Kenzo a créé pour Kenzo Flower deux systèmes totalement innovants pour recharger son flacon vide – mise à disposition de recharges à l'emballage minimal et de fontaines à parfum dans les différents points de vente – qui ont obtenu le prix Eco-Emballages 2010, dans la catégorie «entreprises».

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 liées aux 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. Enfin, en dehors de la viticulture, les activités de production du Groupe utilisent peu les sols.

La pratique de la viticulture raisonnée, méthode alliant une grande technicité au respect de la tradition, recouvre toutes les étapes de la vie du vignoble. Utilisée depuis plusieurs années par le groupe d'activités Vins et Spiritueux, elle a 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. L'utilisation des produits phytosanitaires a encore diminué de 15 à 20 % cette année avec l'adaptation des doses phytosanitaires utilisées dans la lutte anti mildiou à la hauteur de la végétation. L'État français a mis en place le « Plan Ecophyto » de réduction de 50 % l'usage des produits phytosanitaires en agriculture si possible d'ici 2018. La phase test de ce plan est lancée et la Maison Hennessy a déposé un dossier de candidature. De son côté, la « Green Team » de Domaine Chandon California s'est fortement investie dans la préservation des habitats naturels californiens, notamment au niveau de son domaine de Carneros. Après un audit de la composition des sols, des pratiques en cours dans le vignoble et de son plan de lutte contre l'érosion, le Carneros South Ranch a obtenu la certification Fish Friendly Farming pour la totalité du vignoble.

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. 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 2010

(en tonnes équivalent CO ₂)	Émissions de CO ₂ en 2010	Dont : Émissions de CO ₂ directes	Émissions de CO ₂ indirectes	Émissions de CO ₂ en 2009	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	37 380	23 763	13 617	46 226	(19)
Mode et Maroquinerie	25 199	5 566	19 633	20 222	25 ⁽¹⁾
Parfums et Cosmétiques	11 635	6 338	5 297	11 432	2
Montres et Joaillerie	742	582	160	887	(16)
Distribution sélective	72 281	5 752	66 529	76 186	(5)
Autres activités	3 021	1 099	1 922	1 318	129 ⁽²⁾
Total	150 258	43 100	107 158	156 271	(4)

(1) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites Louis Vuitton.

(2) Évolution liée à l'intégration de Royal Van Lent.

Les émissions de gaz à effet de serre des surfaces de vente exclues du périmètre (60 % des surfaces de vente totales) sont estimées à 154 524 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, Make Up For Ever, DFS, Sephora et Le Bon Marché. Les plans d'actions découlant des enseignements et des objectifs de ces bilans contribuent à l'amélioration continue en matière de lutte contre le changement climatique. Guerlain a réactualisé en 2009 son Bilan Carbone® et s'est fixé trois objectifs pour 2010 : le management environnemental sur ses sites, l'éco-conception et la biodiversité. En deux ans, la Maison a déjà réduit de 15 % ses émissions de CO₂. Dans la continuité du Bilan Carbone® réalisé au niveau mondial par Sephora, la filiale américaine de la Maison a réalisé en 2010 son propre Bilan Carbone®, première étape de son plan d'action climat articulé autour d'objectifs de réduction concernant l'éclairage de ses magasins.

À titre de reconnaissance de son engagement, LVMH a obtenu le score de 75 sur 100 dans le cadre du Carbon Disclosure Project 2010 qui évalue les entreprises au regard de l'intégration du

changement climatique dans leur stratégie et leurs performances en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Outre le fait que son score progresse de trois points par rapport à 2009, LVMH a été sélectionné parmi les vingt premiers groupes français du Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) France 2010.

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 2010, les rejets de DCO ont diminué de 35,7 %.

DCO après traitement (tonnes/an)	2010	2009	Évolution (%)
Vins et Spiritueux	2 107,0	3 291,2	(36,0) ⁽¹⁾
Parfums et Cosmétiques	18,3	14,2	28,9 ⁽²⁾
Total	2 125,3	3 305,4	(35,7)

(1) Évolution liée à la baisse de l'activité sur certains sites Glenmorangie.

(2) Évolution liée à l'augmentation de l'activité et à l'amélioration de la mesure des rejets.

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. Tout ceci suppose de recourir aux meilleures technologies disponibles, qu'il s'agisse d'équipements de réutilisation, de process plus économes et/ou

circuits fermés ou encore de systèmes sans rejets. L'eau est un élément vital et fondamental pour les activités du groupe LVMH, et notamment les Vins et Spiritueux. Bodegas Chandon a mis au point un traitement extrêmement efficace des eaux usées générées par la vinification qui permet de les recycler pour l'irrigation des espaces verts : cette année, 5 hectares d'eucalyptus et 1,3 hectare de vignobles de Cabernet Sauvignon.

1.2.4 Déchets

Les efforts des sociétés du Groupe en matière de tri et de valorisation des déchets se sont poursuivis : en moyenne, 92 % des déchets ont été valorisés en 2010 (92 % en 2009). Parallèlement, la production de déchets a augmenté de 2 % en 2010.

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.

2010 a constitué l'année de démarrage de la plate-forme CEDRE dédiée au recyclage et à la valorisation des déchets des Maisons de Parfums & Cosmétiques et de Sephora. Cette plate-forme française de déconditionnement accueille plusieurs types de gisements : les articles de conditionnement obsolètes, les éléments de publicité en surnombre, les testeurs utilisés en magasin, et les emballages vides rapportés par les clients en magasin. Pour cette première année, la plate-forme a traité 800 tonnes de déchets et a pu céder différents matériaux issus de ce traitement – verre, carton, bois, métal, plastique, alcool et cellophane – à un réseau de recycleurs spécialisés.

À travers son ambitieux programme « g2 revolution », Sephora North America a élaboré une démarche pour renforcer ses actions en matière de recyclage des parfums, soins et maquillage obsolètes mais aussi accessoires de maquillage, petits appareils électroniques ou encore déchets occasionnés par les séances d'animation.

Déchets produits

(en tonnes)	Déchets produits en 2010	Dont : déchets dangereux produits en 2010 ⁽¹⁾	Déchets produits en 2009	Évolution des déchets produits (%)
Vins et Spiritueux	37 795	196	38 482	(2)
Mode et Maroquinerie	7 504	73	6 391	17 ⁽³⁾
Parfums et Cosmétiques	6 819	776 ⁽²⁾	6 301	8
Montres et Joaillerie	215	17	214	-
Distribution sélective	3 607	17	3 978	(9)
Autres activités	1 323	111	647	104 ⁽⁴⁾
Total	57 263	1 190	56 013	2

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

(2) 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.

(3) Évolution liée à l'intégration de nouveaux sites Louis Vuitton.

(4) Évolution liée à l'intégration de Royal Van Lent.

Valorisation des déchets en 2010

(en %)	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	33	60	4	97
Mode et Maroquinerie	5	42	18	65
Parfums et Cosmétiques	6	64	26	96
Montres et Joaillerie	-	55	23	78
Distribution sélective	9	66	12	87
Autres activités	-	52	48	100
Total	24	58	10	92

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 de Parfums et Cosmétiques 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, Parfums Christian Dior poursuit le développement des « Jardins de Dior » dont l'objectif est de s'assurer que les ingrédients présentant un potentiel cosmétique particulièrement intéressant sont développés dans le respect d'une charte en quatre points : ingrédients et principes actifs à haute performance ; réelle traçabilité de ces ingrédients, de la culture à l'utilisation ; respect d'une éthique forte et préservation de l'environnement. À titre d'exemple, le partenariat entamé depuis 2006 à Madagascar avec une association de récolteurs de longoza, qui entre dans la composition du soin pour les yeux Capture Totale ; le reversement d'un quota permet de financer des actions d'envergure comme la création d'une Maison du Riz ou encore l'amélioration d'écoles. À ce jour, sept jardins sont déjà officialisés dans le monde. Via l'Orchidarium, sa plateforme de recherche autour de l'orchidée, Guerlain a renforcé son partenariat avec Tianzi, le centre de recherche et de développement de la biodiversité fondé il y a près de dix ans par le Docteur Joseph Margraf. Installé au cœur du Yunnan en Chine, ce centre travaille à la reforestation et à la protection d'un écosystème riche de milliers d'espèces et abrite notamment la réserve exploratoire d'orchidées de Guerlain.

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 Environnement LVMH prévoit une appropriation par les différentes Maisons du Groupe qui doivent la décliner en interne en fonction de leurs propres activités. Non seulement les Maisons se sont toutes engagées dans un système de management environnemental, mais elles sont toujours plus nombreuses à se doter de leur propre commission environnement pour déployer la démarche en interne.

Chaque Maison dispose d'un correspondant environnement. Ils 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 12 577 heures, soit une diminution de 27 % par rapport à 2009 (17 260 heures). Cette diminution s'explique essentiellement par la maturité des systèmes de management environnemental mis en œuvre.

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

Au-delà de ces initiatives, les Maisons du Groupe assurent également la diffusion d'informations sur l'environnement. Au cours des années, la majeure partie des collaborateurs du Groupe a été sensibilisée. Ainsi, Guerlain dispose d'un comité de pilotage développement durable représentant l'ensemble des directions, élargi cette année à quatorze correspondants dans les différentes zones géographiques. Pour renforcer la sensibilisation des collaborateurs, Guerlain a organisé plusieurs événements autour d'ateliers thématiques comme les abeilles, la biodiversité ou encore la formation de ses commerciaux. De son côté Louis Vuitton utilise des grands rendez-vous nationaux et internationaux dédiés à l'environnement ou au développement durable pour sensibiliser par le jeu et l'image ses collaborateurs. Aux États-Unis, la célébration de l'Earth Day a été l'occasion de lancer le challenge « Earth Day Corporate Contest » avec pour objectif d'identifier la meilleure idée d'action de réduction de l'impact sur l'environnement, parallèlement à d'autres événements internes. La Maison Hennessy poursuit sa communication sur le thème de la ressource en eau en organisant un jeu-concours interne sur le thème de l'eau dans le monde et en mettant en place plusieurs actions en direction des fournisseurs.

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, chacune ayant fait l'objet d'un audit de suivi ou de renouvellement en 2010 sans aucune non-conformité ni remarque. De l'Australie à la Californie, les Maisons de Vins & Spiritueux LVMH ont été particulièrement à l'honneur cette année. Cape Mentelle a été la première Maison de vin de l'ouest australien à obtenir la certification « EntWine Australia » sur la mise en œuvre de pratiques environnementales remarquables. Elle a également reçu le Prix des Meilleures Pratiques en Développement Durable dans le cadre du Prix de la filière Vin en Australie de l'Ouest. Ce prix porte sur les actions menées à la fois sur le vignoble et en matière de vinification. Aux États-Unis, Domaine Chandon California est sur le point d'obtenir la certification « Napa Green Winery » fin 2010, la plus exhaustive en matière de bonnes pratiques viticole. 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 Fiesso en Italie. Enfin après son centre international de Saint-Jean de Braye, Parfums Christian Dior a obtenu cette année la certification de sa plate-forme de distribution de Singapour.

La branche 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. Le périmètre de certification en cours au sein de Montres et Joaillerie inclut les sociétés TAG Heuer, Hublot, Zenith, Chaumet et Fred, ainsi que les filiales de distribution au Royaume-Uni, au Japon et aux États-Unis.

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 2010, 40 % des sites industriels, logistiques ou administratifs ont été audités, soit 39 audits externes et 37 audits internes. 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 2010.

LVMH poursuit le déploiement de ses actions au titre du règlement Reach et travaille de manière à anticiper ses évolutions futures. Le groupe de travail mis en place par la Direction Environnement permet les échanges et les retours d'expérience de chacun. Toutes les Maisons ont élaboré et/ou modifié leurs documents contractuels et commerciaux et interrogé leurs fournisseurs. Elles ont mis en place un Comité Reach dont le rôle est de sensibiliser les collaborateurs chargés de répondre précisément à toute question posée. L'information du public est un enjeu croissant qui a conduit par exemple l'Etat français à engager une démarche dont l'objet est, à compter du 1^{er} juillet 2011, de sensibiliser les consommateurs aux impacts environnementaux des produits. Le groupe LVMH participe activement à ces travaux, plus particulièrement pour les activités Parfums et Cosmétiques et Mode et Maroquinerie.

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 2010 le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement est réparti comme suit :

- charges d'exploitation : 6,9 millions d'euros ;
- investissements : 6 millions d'euros.

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

Aucune provision pour risques environnementaux n'a été constituée au titre de l'exercice 2010.

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 concernant la question sensible de l'utilisation des tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits finis est claire : 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, ceci bien avant l'interdiction officielle dans l'Union européenne datant de 2004. Le groupe LVMH a joué un rôle déterminant dans le développement des méthodes alternatives aux tests sur animaux dans le cadre de programmes européens (EPAA, ECVAM, Colipa, 7^e PCRD...) ou dans le cadre de programmes de recherche avec des équipes universitaires spécialisées sur ces thématiques. Cette stratégie a permis aux sociétés de Parfums & Cosmétiques du groupe LVMH de répondre à une double demande, celle de la sécurité du consommateur et celle du respect de la vie animale. Le développement des méthodes alternatives est un réel enjeu scientifique et le groupe LVMH s'est engagé à continuer de produire tous les efforts nécessaires au respect de la législation, de la sécurité du consommateur et de la vie animale.

D'autre part le contexte réglementaire concernant les produits cosmétiques a changé avec l'adoption le 30 novembre 2009 du texte du règlement européen (CE) N° 1223/2009 du Parlement européen et du conseil de l'Union européenne relatif aux produits cosmétiques. Ce texte, dont la plupart 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 de garantir un niveau 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. Ce texte est considéré par les experts comme l'un des plus sévères parmi ceux qui réglementent la mise sur le marché des produits cosmétiques au niveau mondial. Il concerne toutes les substances utilisées par l'industrie cosmétique et impose la réalisation d'une évaluation du risque, pour chaque produit, par une personne qualifiée et sous sa responsabilité, prenant en compte

les conditions d'emploi. Par ailleurs, le comité scientifique des produits de consommation (SCCP) de la Commission européenne évalue la sécurité des substances utilisées dans les produits cosmétiques de façon constante.

D'autres textes réglementaires européens sont entrés en application, pour certains récemment, :

- 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, 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 en conformité avec l'application de ces nouveaux textes. Il est particulièrement vigilant quant au respect des textes réglementaires, des avis des comités scientifiques et des recommandations des associations professionnelles. Non seulement les produits du Groupe sont conformes aux réglementations les plus strictes de par le monde, par exemple celles de l'Union Européenne, des États-Unis et du Japon, mais ils sont également conformes aux réglementations de tous les pays où ils sont commercialisés. Ils se plient en outre à de strictes règles internes que LVMH impose comme critères de développement de nouveaux produits et qui sont imposées à nos fournisseurs.

Fidèle à cet engagement depuis plusieurs années, le groupe LVMH accompagne cette politique par une approche visant à anticiper les évolutions des réglementations internationales. LVMH s'interdit ainsi d'utiliser des ingrédients cosmétiques pourtant utilisés par ailleurs, si leur sécurité n'apparaît pas comme totalement

assurée. 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. Ce travail à la fois de veille et d'anticipation réglementaire a conduit le groupe LVMH à s'interdire de nombreuses substances et à travailler à la reformulation de certains produits.

Dans le domaine de l'environnement, l'évolution des connaissances scientifiques et de la réglementation conduit parfois à la substitution de certains ingrédients. C'est ainsi qu'il a été décidé de ne plus utiliser le triclosan dans les produits en raison de son risque environnemental alors même que la sécurité du consommateur a été évaluée favorablement par les instances scientifiques européennes (Comité scientifique directeur et SCCP) en 2002. Sa suppression est aujourd'hui totale dans tous les produits commercialisés par le Groupe. C'est également le cas des phtalates et des conservateurs générateurs de formaldéhyde.

Le respect de la réglementation en vigueur mais aussi l'anticipation de futures réglementations par l'application de règles strictes guident la politique du groupe LVMH. Ce niveau d'exigence très élevé permet de garantir la sécurité de nos produits cosmétiques mais ne s'arrête pas à leur mise sur le marché. En effet la mise en place d'un réseau de cosmétovigilance permet d'analyser toutes les réclamations émanant de nos consommateurs. Toute réclamation, que cela soit une intolérance ou une irritation sévère est prise en charge par une équipe spécialisée. L'évaluation du cas par un professionnel permet de déterminer le lien éventuel entre l'effet constaté et le produit utilisé. Une consultation avec un dermatologue peut être proposée au consommateur. Les conclusions de l'évaluation du cas sont notifiées dans le dossier de sécurité du produit à disposition des autorités compétentes. 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,

À 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 ⁽¹⁾ relatifs à l'exercice 2010 (les « Indicateurs ») ont été établis, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au protocole de reporting environnemental LVMH, dans sa version n° 7 en date du 5 septembre 2010 (le « Référentiel »).

Les Indicateurs sont présentés 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.

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 57 % de la valeur totale des Indicateurs publiées par LVMH ⁽²⁾,
 - 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 du paragraphe 1 de la partie « LVMH et l'environnement » du rapport de gestion du Conseil d'Administration.

(1) 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).

(2) Dans le détail, les contributions par indicateur sont les suivantes : pourcentage de sites ayant fait l'objet d'audits environnementaux : 47 % ; consommation totale d'eau pour les besoins « process » (m³) : 53 % ; DCO totale après traitement : 96 % ; total de déchets produits : 47 % ; total de déchets dangereux produits : 77 % ; pourcentage de valorisation des déchets : 48 % ; consommation d'énergie totale : 49 % ; émissions totales de CO₂ : 45 % ; total d'emballages mis sur le marché : 48 %.

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 huit 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 augmenté cette année et 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.

2.3 Opinion

Concernant l'Indicateur « Pourcentage de valorisation des déchets », nous n'avons pas obtenu l'ensemble des justificatifs permettant de nous assurer de la correcte typologie des filières de traitement des déchets.

À notre avis, sous cette réserve, les Indicateurs ont été établis, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2011

L'un des Commissaires aux Comptes

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

	<i>Page</i>
1. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	102
2. PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE ET DE GESTION DES RISQUES MISES EN PLACE	106
3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	114

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 3 février 2011.

Il a pour objet de rendre compte de la composition du Conseil d'Administration de la Société, des conditions 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.

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 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.

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.

1.2 Composition et fonctionnement

- Le Conseil d'Administration, au cours de sa réunion du 3 février 2011, a proposé de soumettre à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011 la nomination de Mesdames Delphine Arnault et Marie-Josée Kravis ainsi que celle de Messieurs Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Pierre Godé et Gilles Hennessy en qualité d'Administrateur. Il a également proposé la nomination de Monsieur Patrick Houël en qualité de Censeur.

- Le Conseil d'Administration, sous réserve des décisions de l'Assemblée Générale du 31 mars 2011, sera donc composé de dix-huit membres : Mesdames Delphine Arnault, Bernadette Chirac et Marie-Josée Kravis, Messieurs Bernard Arnault, Antoine Arnault, Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Antoine Bernheim, Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Pierre Godé, Gilles Hennessy, Felix G. Rohatyn, Yves-Thibault de Silguy, Hubert Védrine, et Lord Powell of Bayswater. Huit d'entre eux : Mesdames Bernadette Chirac et Marie-Josée Kravis ainsi que Messieurs Antoine Bernheim, Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine sont considérés comme indépendants et libres d'intérêts à l'égard 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 3 février 2011, a apprécié la situation de chaque Administrateur et candidat aux fonctions d'Administrateur notamment au regard des critères d'indépendance énoncés dans le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF, et a considéré que :

(i) Madame Bernadette Chirac et Messieurs Charles de Croisset, Diego Della Valle, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine remplissent l'ensemble de ces critères ;

(ii) Monsieur Antoine Bernheim 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 ses mandats au sein de Conseils d'Administration d'autres sociétés, filiales du groupe Arnault et du groupe LVMH ;

(iii) 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 ;

(iv) Madame Marie-Josée Kravis remplit l'ensemble de ces critères.

- Au cours de l'exercice 2010, le Conseil d'Administration s'est réuni quatre fois sur convocation écrite de son Président, adressée à chacun des Administrateurs une semaine au moins avant la date de la réunion. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 87 % en moyenne.

Le Conseil a arrêté les comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels et s'est prononcé notamment sur les grandes orientations et décisions stratégiques du Groupe, le budget, la rémunération des mandataires sociaux, la mise en place d'un plan d'attribution d'actions gratuites, 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 le Règlement Intérieur du Comité d'Audit de la Performance, notamment pour définir des « fenêtres négatives » pour les interventions des membres du Conseil d'Administration sur les titres de la Société et prévoir le recours à un expert indépendant préalablement à la conclusion de conventions réglementées significatives.

Il a également décidé de subordonner le paiement d'une partie des jetons de présence à la participation de ses membres aux réunions du Conseil et des Comités dont ils sont membres et modifié la Charte en conséquence, et mis en place un dispositif visant à assurer un renouvellement des mandats d'Administrateur plus harmonieux dans le temps.

- Dans sa séance du 3 février 2011, le Conseil d'Administration a passé en revue sa composition et procédé à l'évaluation formalisée de ses travaux, de son organisation et de son fonctionnement. Il a en outre modifié sa Charte et les Règlements Intérieurs de ses Comités notamment pour tenir compte du rapport de l'AMF sur le Comité d'Audit tel que mis à jour en juillet 2010.

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. La nomination de Madame Bernadette Chirac par l'Assemblée Générale du 15 avril 2010 et la candidature de Madame Marie-Josée Kravis proposée à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011 traduisent la volonté de rechercher une représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein du Conseil d'Administration.

Le Conseil a constaté que :

- il a reçu en temps utile les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et que chaque Administrateur a eu la faculté, au-delà des débats au cours des réunions du Conseil, d'interroger les dirigeants et a obtenu les précisions et éclaircissements demandés,
- la situation financière du Groupe a été exposée de façon claire et détaillée lors de l'arrêté des comptes consolidés annuels et semestriels,

- le budget annuel et un plan stratégique à trois ans ont été présentés aux Administrateurs et commentés en réunion,
- les décisions stratégiques ont été débattues en Conseil et ont fait l'objet d'une délibération spécifique.

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.

Enfin, les grandes lignes de la communication financière du Groupe ont fait l'objet d'une réflexion au sein du Conseil.

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.

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.

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. 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 2010. Toutes les réunions du Comité se sont tenues en présence de l'ensemble de ses membres, à l'exception de l'une d'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 ou 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 objectifs

et réalisations de l'audit interne, le contrôle interne au sein du Groupe, le suivi de la gestion des risques, les couvertures de change, la situation fiscale, les valorisations des marques et écarts d'acquisition, et les évolutions normatives (IFRS) en matière de contrats de location.

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 (dont deux 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 deux fois au cours de l'exercice 2010 en présence de tous ses membres. Il a (i) émis des propositions relatives à la répartition des jetons de présence ainsi qu'à la rémunération et à l'attribution d'actions gratuites de performance au Président-Directeur Général et au Directeur Général délégué et (ii) rendu un avis sur la rémunération, les actions gratuites de performance et les avantages en nature attribués à certains Administrateurs par la Société ou ses filiales. Il a également émis un avis sur la candidature de Madame Bernadette Chirac aux fonctions d'Administrateur et sur le renouvellement des mandats d'Administrateurs arrivant à échéance en 2010.

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 3 février 2011, le Comité a émis des recommandations, notamment sur (i) la rémunération variable au titre de l'année 2010 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 2011 et (iii) la mise en place d'un plan d'intéressement à moyen terme au bénéfice de Monsieur Gilles Hennessy. Il a émis un avis sur les nominations à soumettre au vote de l'Assemblée Générale.

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.

À la suite du décès de Monsieur Kilian Hennessy le 1^{er} octobre 2010, la Société ne compte actuellement aucun Censeur.

Il sera proposé à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011 la nomination de Monsieur Patrick Houël en qualité de Censeur.

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 « 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 SA » 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 :

- deux unités pour chaque Administrateur ou Censeur ;
- une unité additionnelle pour les fonctions de membre d'un Comité ;
- 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.

Lors de sa réunion du 4 février 2010, le Conseil d'Administration a décidé de subordonner le paiement d'une partie des jetons de présence des Administrateurs 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 2010, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'Administration un montant brut de 1 040 625 euros à titre de jetons de présence.

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 SA » 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 SA » du document de référence.

Lors de leur départ à la retraite, les membres du Comité Exécutif, le cas échéant, également mandataires sociaux, bénéficient d'un complément de retraite à condition qu'ils justifient d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité Exécutif du Groupe et qu'ils fassent valoir simultanément leurs droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux. Ce complément de retraite 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 (soit, au 1^{er} janvier 2011, 742 392 euros) 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. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2010 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. 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 nouveau 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 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 eux-mêmes composés de sociétés de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, elles-mêmes divisées en 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 notamment.

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 tout en assurant 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 dédiée à l'évaluation des 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.

Les signataires de ces lettres sont les Présidents et Directeurs Financiers. En 2010, de façon non obligatoire, cette signature a été étendue par certains secteurs à l'ensemble des membres du Comité de Direction.

Ce dispositif couvre cette année 117 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 neuf processus financiers centraux : Financement, Trésorerie et Marchés, Fiscalité, Consolidation, Clôture des comptes, Contrôle Change et Taux, Systèmes d'information, Communication financière, Assurances

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 évaluation des risques financiers est ainsi élargie à l'ensemble des opérations entrant dans la consolidation financière du groupe LVMH.

Enfin, il faut noter que, répondant en cela aux directives européennes et ordonnance de décembre 2008, le Groupe a depuis 2009 entrepris 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 (cf. ci-dessus) ;
- une démarche de formalisation de la gestion des risques majeurs initiée cette année au sein de deux groupes d'activités (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. (§ 2.2.4 ci-après).

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 chacune de nos branches 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.

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 a lancé le projet de formalisation ERICA (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

Dans la suite logique du pilote réalisé en 2009, une démarche de formalisation de la gestion des risques majeurs a été initiée cette année pour la branche Vins et Spiritueux et le secteur des Parfums Christian Dior.

Ce projet, ERICA, structure et formalise la gestion des risques au sein du Groupe en fournissant :

- un cadre : chaque branche/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 sur 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.

Il est prévu d'élargir cette démarche en 2011 à l'ensemble des activités significatives du Groupe.

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 de la Société.

Le dispositif de gestion des risques vise à identifier et analyser les principaux risques de la Société. 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.

C'est cette articulation qui 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 a été testée à travers l'analyse du risque de défaillance informatique et ses liens avec les dispositifs de contrôles ayant trait à la sécurité et la disponibilité (DRP).

C'est cette articulation qui est également traduite dans le chapitre Facteurs de risques du rapport de gestion : 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.

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 mères et 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, l'efficacité des opérations et 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 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'auto-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 cette 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.

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. Ce référentiel est régulièrement mis à jour en prenant en compte les nouveaux systèmes d'informations et procédures. Ce référentiel à l'origine structuré sur le Coso couvre l'essentiel des dispositifs relatifs à l'élaboration comptable et financière et décrits au 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 ses relais 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 (cf. § 2.3.6).

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 Financière Groupe 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 et 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.

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 (cf. § 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, neuf processus clés listés en § 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 117 entités significatives retenues en 2010, est adaptée à la configuration et à la culture du groupe LVMH, et a consisté en :

- 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 ; pour les branches qui ont lancé en 2010 la démarche intégrée ERICA, les entités ont calibré leur auto-évaluation sur une sélection unique de 70 contrôles clés. Cette liste établie par le Contrôle Interne Groupe constitue le socle minimum sur lequel à terme chaque entité se prononcera ;
- la revue des insuffisances et le suivi par les managers et la Direction de leur remédiation ;
- la formalisation et documentation de cette revue, évaluation et plans d'actions dans l'outil informatique de modélisation et de pilotage du contrôle interne renommé « ERICA », également adopté par d'autres sociétés membres du CAC 40 ;
- la 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.

Diligences et appréciations par les dirigeants

Ces démarches de formalisation du contrôle interne sont menées en interne avec des validations externes indépendantes. Elles permettent de capitaliser sur la connaissance et l'implication des responsables opérationnels et de faciliter le processus d'amélioration 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.

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 (cf. 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.

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 2010 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 2010, comme prévu dans les objectifs, une attention particulière a été portée aux pays émergents (Chine, Russie, Ukraine, Inde) ainsi qu'à certains risques transverses (obsolescence du stock, engagements de retraite...).

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 pluri-annuel actualisé chaque année. Ce plan pluri-annuel 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 pluri-annuel 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.

Par ailleurs, l'Audit Interne coordonne depuis 2003 la mise en œuvre des dispositions de la Loi de Sécurité Financière relatives au contrôle interne pour le Groupe par le biais d'une cellule dédiée au contrôle interne. Cette dernière suit et anticipe les évolutions réglementaires pour adapter les dispositifs. Cette année a été notamment marquée par les démarches d'alignement en réponse aux recommandations du Rapport de l'AMF sur les Comités d'Audit et au Nouveau Cadre de Référence de l'AMF.

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.

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, Corporate Finance, Trésorerie, Marchés, 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 (cf. § 2.5.4 Reporting de gestion ci-dessous) ; elle assure également le suivi des investissements et du cash-flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques.

La Direction 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 Corporate Finance est responsable de l'application de la politique financière du Groupe, de la gestion optimisée du bilan et de la dette financière, de l'amélioration de la structure financière et d'une politique prudente de gestion des risques de taux d'intérêt. Au sein de cette direction, la Trésorerie Internationale veille plus particulièrement à la centralisation de la trésorerie du Groupe, à son optimisation et à sa prévision par le biais de révisés trimestriels élaborés par les sociétés. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change.

La Direction des Marchés est responsable de l'application de la politique de couverture des risques du Groupe, avec pour

objectif principal la 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 change, 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 (« SyRUS Tax »).

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, chef comptable, trésorier...).

Des commissions financières réunissant les Directions Financières des principales sociétés du Groupe et les Directions

de la société mère LVMH précédemment listées sont organisées périodiquement. Animées et coordonnées par les Directions centrales, ces commissions traitent notamment des normes et procédures à appliquer, des performances financières et des actions correctrices à apporter, et du contrôle interne appliqué aux données comptables et de gestion.

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 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.

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.

En réponse à l'évolution réglementaire, le Groupe depuis cette année 2010 a lancé le projet ERICA, démarche intégrant gestion des risques et contrôle interne, avec pour objectif d'y engager sur 2011 l'ensemble de ses activités significatives.

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES ÉTABLI EN APPLICATION DE L'ARTICLE L. 225-235 DU CODE DE COMMERCE, SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON

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 2010.

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, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	116
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	117
BILAN CONSOLIDÉ	118
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	119
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	120
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	123
SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES	177
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	183

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros, sauf résultats par action)	Notes	2010	2009	2008
Ventes	22-23	20 320	17 053	17 193
Coût des ventes		(7 184)	(6 164)	(6 012)
Marge brute		13 136	10 889	11 181
Charges commerciales		(7 098)	(6 051)	(6 104)
Charges administratives		(1 717)	(1 486)	(1 449)
Résultat opérationnel courant	22-23	4 321	3 352	3 628
Autres produits et charges opérationnels	24	(152)	(191)	(143)
Résultat opérationnel		4 169	3 161	3 485
Coût de la dette financière nette		(151)	(187)	(257)
Autres produits et charges financiers		763	(155)	(24)
Résultat financier	25	612	(342)	(281)
Impôts sur les bénéfices	26	(1 469)	(849)	(893)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	7	3	7
Résultat net avant part des minoritaires		3 319	1 973	2 318
Part des minoritaires		(287)	(218)	(292)
Résultat net, part du Groupe		3 032	1 755	2 026
Résultat net, part du Groupe par action (en euros)	27	6,36	3,71	4,28
Nombre d'actions retenu pour le calcul		476 870 920	473 597 075	473 554 813
Résultat net, part du Groupe par action après dilution (en euros)	27	6,32	3,70	4,26
Nombre d'actions retenu pour le calcul		479 739 697	474 838 025	475 610 672

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	2010	2009	2008
Résultat net avant part des minoritaires	3 319	1 973	2 318
Variation du montant des écarts de conversion	701	(128)	257
Effets d'impôt	89	(20)	25
	790	(148)	282
Variation de valeur des investissements et placements financiers	294	114	(186)
Montants transférés en résultat	38	(11)	(66)
Effets d'impôt	(35)	(26)	21
	297	77	(231)
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(20)	133	138
Montants transférés en résultat	(30)	(125)	(206)
Effets d'impôt	14	(2)	43
	(36)	6	(25)
Variation de valeur des terres à vignes	206	(53)	172
Effets d'impôt	(71)	18	(59)
	135	(35)	113
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	1 186	(100)	139
Total des gains et pertes	4 505	1 873	2 457
Part des minoritaires	(375)	(189)	(352)
Total des gains et pertes, part du Groupe	4 130	1 684	2 105

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2010	2009	2008 ⁽¹⁾
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	9 104	8 697	8 523
Écarts d'acquisition, nets	4	5 027	4 270	4 423
Immobilisations corporelles, nettes	6	6 733	6 140	6 081
Participations mises en équivalence	7	223	213	216
Investissements financiers	8	3 891	540	375
Autres actifs non courants		319	750	841
Impôts différés	26	668	521	670
Actifs non courants		25 965	21 131	21 129
Stocks et en-cours	9	5 991	5 644	5 764
Créances clients et comptes rattachés	10	1 565	1 455	1 650
Impôts sur les résultats		96	217	229
Autres actifs courants	11	1 255	1 213	1 698
Trésorerie et équivalents de trésorerie	13	2 292	2 446	1 013
Actifs courants		11 199	10 975	10 354
Total de l'actif		37 164	32 106	31 483
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		147	147	147
Primes		1 782	1 763	1 737
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH		(607)	(929)	(983)
Écarts de réévaluation		1 244	871	818
Autres réserves		11 370	10 684	9 430
Écarts de conversion		230	(495)	(371)
Résultat net, part du Groupe		3 032	1 755	2 026
Capitaux propres, part du Groupe	14	17 198	13 796	12 804
Intérêts minoritaires	16	1 006	989	989
Capitaux propres		18 204	14 785	13 793
Dette financière à plus d'un an	17	3 432	4 077	3 738
Provisions à plus d'un an	18	1 167	990	971
Impôts différés	26	3 354	3 117	3 113
Autres passifs non courants	19	3 947	3 089	3 253
Passifs non courants		11 900	11 273	11 075
Dette financière à moins d'un an	17	1 834	1 708	1 847
Fournisseurs et comptes rattachés		2 298	1 911	2 292
Impôts sur les résultats		446	221	304
Provisions à moins d'un an	18	339	334	306
Autres passifs courants	20	2 143	1 874	1 866
Passifs courants		7 060	6 048	6 615
Total du passif et des capitaux propres		37 164	32 106	31 483

(1) Le bilan au 31 décembre 2008 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles, rétroactive au 1^{er} janvier 2007. Voir Note 1.2.

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2010	2009	2008
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		4 169	3 161	3 485
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		788	826	695
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(126)	(37)	(42)
Dividendes reçus		20	21	17
Autres retraitements		(3)	(43)	(59)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		4 848	3 928	4 096
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(149)	(185)	(222)
Impôt payé		(897)	(900)	(866)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		3 802	2 843	3 008
Variation des stocks et en-cours		(126)	69	(826)
Variation des créances clients et comptes rattachés		(13)	206	(29)
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		295	(362)	135
Variation des autres créances et dettes		91	178	(10)
Variation du besoin en fonds de roulement		247	91	(730)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		4 049	2 934	2 278
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(1 002)	(748)	(1 039)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		33	26	100
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements d'exploitation		(7)	(7)	(8)
Investissements d'exploitation		(976)	(729)	(947)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		3 073	2 205	1 331
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers	8	(1 724)	(93)	(155)
Cessions d'investissements financiers	8	70	49	184
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4	(61)	(278)	(642)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(1 715)	(322)	(613)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH	14	120	30	5
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	16	1	11	4
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	14.2	155	34	(143)
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	14.3	(953)	(758)	(758)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	16	(158)	(175)	(188)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2.4	(185)	-	-
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(1 020)	(858)	(1 080)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		564	2 442	2 254
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 290)	(2 112)	(2 301)
Acquisitions et cessions de placements financiers		(32)	321	(47)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(758)	651	(94)
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION				
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		(232)	1 556	(369)
TRÉSORERIE NETTE A L'OUVERTURE	13	2 274	718	1 087
TRÉSORERIE NETTE A LA CLÔTURE	13	2 042	2 274	718
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements par location financement		6	12	11

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation			Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Invest. et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		14.1		14.2	14.4					16		
Au 31 décembre 2007 ⁽¹⁾	489 937 410	147	1 736	(877)	(608)	367	76	533	10 123	11 497	937	12 434
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					237	(231)	(17)	90		79	60	139
Résultat net									2 026	2 026	292	2 318
Total des gains et pertes		-	-	-	237	(231)	(17)	90	2 026	2 105	352	2 457
Charges liées aux plans d'options									41	41	3	44
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(110)					24	(86)	-	(86)
Levées d'options de souscription d'actions	92 600		5							5	-	5
Annulation d'actions LVMH	(92 600)		(4)	4						-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	4	4
Dividendes et acomptes versés									(758)	(758)	(188)	(946)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	20	20
Effets des acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										-	-	-
Effets des engagements d'achat de titres										-	(139)	(139)
Au 31 décembre 2008	489 937 410	147	1 737	(983)	(371)	136	59	623	11 456	12 804	989	13 793
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(124)	77	4	(28)		(71)	(29)	(100)
Résultat net									1 755	1 755	218	1 973
Total des gains et pertes		-	-	-	(124)	77	4	(28)	1 755	1 684	189	1 873
Charges liées aux plans d'options									43	43	3	46
(Acquisitions)/ cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				50					(57)	(7)	-	(7)
Levées d'options de souscription d'actions	557 204		30							30	-	30
Annulation d'actions LVMH	(88 960)		(4)	4						-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	11	11
Dividendes et acomptes versés									(758)	(758)	(176)	(934)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	11	11
Effets des acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										-	(8)	(8)
Effets des engagements d'achat de titres										-	(30)	(30)
Au 31 décembre 2009	490 405 654	147	1 763	(929)	(495)	213	63	595	12 439	13 796	989	14 785

(1) Les capitaux propres au 31 décembre 2007 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles, rétroactive au 1er janvier 2007. Voir Note 1.2.

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation			Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Invest. et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		14.1		14.2	14.4					16		
Au 31 décembre 2009	490 405 654	147	1 763	(929)	(495)	213	63	595	12 439	13 796	989	14 785
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					725	297	(32)	108		1 098	88	1 186
Résultat net									3 032	3 032	287	3 319
Total des gains et pertes		-	-	-	725	297	(32)	108	3 032	4 130	375	4 505
Charges liées aux plans d'options									41	41	3	44
(Acquisitions)/ cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				221					(43)	178	-	178
Levées d'options de souscription d'actions	2 012 478		120							120	-	120
Annulation d'actions LVMH	(1 775 900)		(101)	101						-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	1	1
Dividendes et acomptes versés									(953)	(953)	(158)	(1 111)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	(3)	(3)
Effets des acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires									(83)	(83)	(104)	(187)
Effets des engagements d'achat de titres									(31)	(31)	(97)	(128)
Au 31 décembre 2010	490 642 232	147	1 782	(607)	230	510	31	703	14 402	17 198	1 006	18 204

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

	<i>Page</i>
1. PRINCIPES COMPTABLES	124
2. VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	131
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	134
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	136
5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	137
6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	138
7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	140
8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	141
9. STOCKS ET EN-COURS	142
10. CLIENTS	143
11. AUTRES ACTIFS COURANTS	144
12. PLACEMENTS FINANCIERS	144
13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	145
14. CAPITAUX PROPRES	145
15. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	148
16. INTÉRÊTS MINORITAIRES	151
17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	152
18. PROVISIONS	155
19. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	155
20. AUTRES PASSIFS COURANTS	156
21. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	156
22. INFORMATION SECTORIELLE	162
23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE	165
24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	166
25. RÉSULTAT FINANCIER	167
26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	168
27. RÉSULTAT PAR ACTION	170
28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	170
29. ENGAGEMENTS HORS BILAN	173
30. PARTIES LIÉES	175
31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	176

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2010 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2010. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2010 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 3 février 2011.

1.2 Évolutions du référentiel comptable en 2010

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2010

Les normes, amendements et interprétations qui concernent le groupe LVMH, appliqués depuis le 1^{er} janvier 2010, sont les suivants :

- IFRS 3 révisée sur la comptabilisation des regroupements d'entreprises ;
- IAS 27 révisée sur la préparation des états financiers consolidés ;
- amendement d'IAS 17 relatif aux locations de terrains ;
- IFRIC 16 concernant la couverture d'un investissement net à l'étranger ;
- l'amendement d'IAS 39 précisant les éléments éligibles à la comptabilité de couverture.

Ces textes n'ont pas d'impacts significatifs sur les comptes consolidés du Groupe.

Effets de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles

Depuis l'exercice 2009, les frais de publicité et promotion sont enregistrés lors de leur réception ou de leur production s'il s'agit de biens ou lors de la réalisation des prestations s'il s'agit de services. Jusqu'à cette date, ces frais étaient enregistrés en charges lorsqu'ils étaient encourus ; en particulier, le coût des campagnes média était étalé sur la durée des campagnes et le coût des échantillons et catalogues était comptabilisé lors de leur mise à disposition aux clients. L'effet du changement de méthode sur les capitaux propres au 1^{er} janvier 2007, date de la première application rétrospective, est de 94 millions ; il s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Impact au 1^{er} janvier 2007
Immobilisations incorporelles	(13)
Écarts d'acquisition	6
Immobilisations corporelles	(7)
Impôts différés	40
Stocks et en-cours	(3)
Autres actifs courants	(117)
Capitaux propres consolidés	(94)
dont : part du Groupe	(93)
intérêts minoritaires	(1)

Les autres actifs courants ci-dessus incluent essentiellement les charges constatées d'avance au titre des échantillons et matériels publicitaires (activités Parfums et Cosmétiques principalement).

Le résultat de l'exercice 2008 n'a pas été retraité rétrospectivement, l'effet de l'application de l'amendement d'IAS 38 étant proche de celui constaté au 1^{er} janvier 2007.

Normes, amendements et interprétations dont l'application est optionnelle en 2010

Les normes, amendements et interprétations concernant LVMH, applicables de manière obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2011, n'ont pas donné lieu à application anticipée en 2010 ; il s'agit de :

- amendements d'IFRS 7 sur la présentation des notes concernant les instruments financiers ;
- amendements d'IAS 24 sur les transactions avec les parties liées.

L'application de ces textes en 2011 ne devrait pas avoir d'impacts importants sur les comptes consolidés du Groupe.

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 sociaux : les écarts actuariels différés en normes françaises à la date de transition ont été comptabilisés ;
- conversion des comptes des filiales étrangères : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales en devises étrangères ont été annulées au 1^{er} janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves » ;
- paiement en actions : la norme IFRS 2 sur les paiements en actions est appliquée à tous les plans d'options d'achat et de souscription ouverts à la date de transition, y compris ceux mis en place avant le 7 novembre 2002, date avant laquelle l'application est optionnelle.

1.4 Utilisation d'estimations

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

1.5 Méthodes de consolidation

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

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

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

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

1.6 Conversion des états financiers des filiales hors zone euro

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

- aux cours de clôture pour les postes du bilan ;

- aux cours moyens de la période pour les éléments du compte de résultat.

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

1.7 Opérations en devises et couvertures de change

Les opérations 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 des 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.

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 dans le montant ci-dessus ;

- pour les engagements octroyés 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 octroyés 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, diminué de la valeur résiduelle estimée ; la valeur résiduelle correspond à la valeur de revente de l'immobilisation au terme de la durée d'utilisation.

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

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

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

1.12 Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont 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 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'activités, un secteur d'activités correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de Direction spécifique. Au sein du secteur d'activités, il peut être déterminé 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. En outre, s'y ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels intègre le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.13 Investissements et placements financiers

Les actifs financiers sont présentés en 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 correspondants.

1.14 Stocks et en-cours

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

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

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 au cognac, 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 leur perspective 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 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, dont il résultera pour le Groupe un décaissement probable dont le montant peut être évalué de façon fiable.

Lorsque la date d'exécution de cette obligation est au-delà d'un an, le montant de la provision fait l'objet d'un calcul d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

1.18 Dettes financières

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 du fait 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 de la valeur des placements financiers, de la trésorerie et équivalents de trésorerie à cette date ainsi que de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de change associés à l'un de ces éléments.

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

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

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

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

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

Lorsque les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux et autres engagements donnent lieu à cotisations versées par le Groupe à des organismes extérieurs qui assurent le paiement des indemnités et retraites ou le 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 les indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux et autres engagements 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 Parfums et Cosmétiques ou de Montres et Joaillerie. 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 structures 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 structures 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 lors de leur réception ou de leur production s'il s'agit de biens, 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'estimation du gain pour les bénéficiaires de ces plans ; l'estimation du gain est calculée sur la base du cours de clôture de l'action la veille

du Conseil d'Administration ayant attribué les options, selon la méthode Black & Scholes.

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 du montant des dividendes anticipés sur la période d'acquisition des droits.

Pour les plans précités, la charge est répartie linéairement en résultat sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie des réserves au bilan.

Concernant les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire, l'estimation du gain, réévaluée à chaque clôture du cours de l'action LVMH à cette date, est enregistrée en charge prorata temporis sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie d'une provision au bilan. Au-delà de cette période, la variation de l'espérance de gain résultant de la variation du cours de l'action LVMH est enregistrée en compte de résultat jusqu'au dénouement.

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 2010

Vins et Spiritueux

En décembre 2010, LVMH a cédé la société champenoise Montaudon acquise en 2008 (voir ci-dessous), 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. L'écart d'acquisition provisoire, déterminé sur la base de la quote-part d'actif net acquise par le Groupe, s'élève à 76 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 31 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 a été portée en déduction des capitaux propres, soit 81 millions d'euros.

2.2 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 :

(en millions d'euros)	Allocation du prix	Valeur comptable
Marque	183	-
Terres à vignes et vignes	35	-
Autres actifs corporels	3	4
Stocks	9	4
Besoin en fonds de roulement, hors stocks	(11)	(8)
Dette financière nette	8	8
Impôts différés	(76)	-
Actif net acquis (50 %)	151	8
Écart d'acquisition	87	
Montant total de l'acquisition	238	

L'écart d'acquisition 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.

2.3 Exercice 2008

Vins et Spiritueux

- Le Groupe a acquis en février 2008, pour 27 millions d'euros, la totalité du capital de la société viticole espagnole Bodega Numanthia Termes, producteur de vins de l'appellation Toro ; cette participation a été consolidée à partir de mars 2008.
- En décembre 2008, le Groupe a acquis la totalité du capital de la société champenoise Montaudon, propriétaire de la marque du même nom, pour 30 millions d'euros dont un complément de prix évalué à 4 millions d'euros. Cette participation a été consolidée au 1^{er} janvier 2009.

Montres et Joaillerie

En avril 2008, le Groupe a acquis la totalité du capital de la société horlogère suisse Hublot pour 306 millions d'euros (486 millions de francs suisses), y compris des frais d'acquisition de 2 millions d'euros. Hublot a été consolidé par intégration globale à partir de mai 2008. Le tableau suivant résume les modalités définitives d'affectation du prix payé, sur la base du bilan du groupe Hublot à la date du 1^{er} mai 2008 :

(en millions d'euros)	Allocation du prix	Valeur comptable
Marque	219	-
Immobilisations corporelles	7	7
Autres actifs non courants	1	2
Stocks	39	43
Besoin en fonds de roulement, hors stocks	(3)	(5)
Dette financière nette	(3)	(3)
Impôts différés	(54)	(6)
Provisions	(22)	-
Actif net acquis	184	38
Écart d'acquisition	122	
Montant total de l'acquisition	306	

L'écart d'acquisition représente principalement le savoir-faire de la société dans les domaines de la conception et de la fabrication d'instruments horlogers, et les synergies qui résultent de l'intégration de la marque dans le réseau de distribution du groupe d'activités Montres et Joaillerie.

Autres activités

• La participation dans le groupe de presse Les Echos, acquise en décembre 2007, a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} janvier 2008. Le prix payé en 2007 pour la totalité du capital est de 244 millions d'euros, dont des frais d'acquisition de 4 millions d'euros, non compris la reprise par LVMH de la dette financière de Pearson vis-à-vis du groupe Les Echos de 107 millions d'euros. Le tableau suivant résume les modalités d'affectation du prix payé, sur la base du bilan du groupe Les Echos à la date du 1^{er} janvier 2008 :

(en millions d'euros)	Allocation du prix	Valeur comptable
Marques et autres immobilisations incorporelles	147	5
Immobilisations corporelles	4	4
Autres actifs non courants	2	2
Besoin en fonds de roulement	(29)	(26)
Créance vis-à-vis de Pearson, reprise par LVMH	107	107
Trésorerie	21	21
Impôts différés	(48)	(1)
Provisions	(14)	(8)
Actif net acquis	190	104
Écart d'acquisition	161	
Montant total de l'acquisition	351	

Les marques et autres immobilisations incorporelles incluent principalement le titre de presse *Les Echos*, ainsi que les bases d'abonnés. Ces immobilisations sont amorties sur une durée n'excédant pas quinze ans. L'écart d'acquisition reflète notamment le capital humain constitué des équipes rédactionnelles du groupe Les Echos, qui ne peut être reconnu au bilan de façon distincte.

• L'activité du quotidien *La Tribune*, cédée en février 2008, a été déconsolidée à compter de cette date.

• En octobre 2008, le Groupe a acquis une participation de 90 % dans Royal Van Lent, société néerlandaise spécialisée dans la conception et la production de yachts commercialisés sous la marque Royal Van Lent - Feadship, le solde de 10 % du capital faisant l'objet d'un engagement d'achat. Royal Van Lent a été consolidée par intégration globale à compter d'octobre 2008. Sont présentées ci-dessous les modalités définitives d'affectation du prix payé, de 362 millions d'euros, dont des frais d'acquisition de 3 millions d'euros, sur la base du bilan de Royal Van Lent au 1^{er} octobre 2008 :

(en millions d'euros)	Allocation du prix	Valeur comptable
Marques et autres immobilisations incorporelles	92	-
Actifs non courants	5	5
Stocks et en-cours	47	47
Autres actifs courants	18	18
Passifs non courants	(11)	(9)
Passifs courants	(15)	(16)
Impôts différés	(23)	-
Intérêts minoritaires	(14)	(14)
Actif net acquis	99	31
Écart d'acquisition	263	
Montant total de l'acquisition	362	

L'écart d'acquisition est représentatif du savoir-faire de la société dans les domaines du dessin et de la construction de yachts de prestige, ainsi que des relations clients nouées au fil du temps.

2.4 Incidence sur la trésorerie des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés	(269)	(287)	(757)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	(10)	9	156
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	38	-	2
(Disponibilités)/ découverts bancaires des sociétés cédées	(5)	-	(43)
Incidences des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées sur la trésorerie	(246)	(278)	(642)

• En 2010, l'incidence, sur la trésorerie du Groupe, des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprend 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 comprend 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 entrées de périmètre 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.

• En 2008, l'incidence des entrées de périmètre sur la trésorerie du Groupe comprenait notamment :

- pour 303 millions d'euros, l'acquisition du groupe Hublot ;
- pour 236 millions d'euros, l'acquisition de la société Royal Van Lent ;
- pour 29 millions d'euros, l'acquisition de Montaudon ;
- pour 27 millions d'euros, l'acquisition de la Bodega Numanthia Termes ;
- enfin pour 21 millions d'euros les disponibilités du groupe Les Echos.

Les montants liés aux cessions de titres consolidés représentent pour l'essentiel les effets de la sortie de La Tribune.

2.5 Incidence des acquisitions sur le résultat de l'exercice

Les acquisitions de 2010 et de 2009 n'ont pas eu d'effet significatif sur le résultat de l'exercice.

Concernant 2008, 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 :

(en millions d'euros)	2008 - Compte de résultat consolidé publié	Ajustements pro forma	2008 - Compte de résultat pro forma
Ventes	17 193	100	17 293
Résultat opérationnel courant	3 628	9	3 637
Résultat net, part du Groupe	2 026	8	2 034

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	2010			2009	2008 ⁽¹⁾
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	7 142	(425)	6 717	6 489	6 244
Enseignes	3 339	(1 362)	1 977	1 853	1 909
Licences de distribution	98	(72)	26	41	43
Droits au bail	284	(175)	109	91	102
Logiciels	474	(336)	138	110	110
Autres	287	(150)	137	113	115
Total	11 624	(2 520)	9 104	8 697	8 523
dont : immobilisations en location financement	14	(14)	-	-	-

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

3.1 Variations de l'exercice

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2010 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2009	6 874	3 119	1 003	10 996
Acquisitions	1	-	135	136
Cessions, mises hors service	-	-	(44)	(44)
Effets des variations de périmètre	(2)	-	-	(2)
Effets des variations de change	269	220	49	538
Au 31 décembre 2010	7 142	3 339	1 143	11 624
Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2009	(385)	(1 266)	(648)	(2 299)
Amortissements	(34)	-	(101)	(135)
Dépréciations	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	-	-	31	31
Effets des variations de périmètre	-	-	4	4
Effets des variations de change	(6)	(96)	(19)	(121)
Au 31 décembre 2010	(425)	(1 362)	(733)	(2 520)
Valeur nette au 31 décembre 2010	6 717	1 977	410	9 104

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 donnant lieu à amortissement est de 770 millions d'euros au 31 décembre 2010.

3.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2007 ⁽¹⁾	5 867	1 819	300	7 986
Acquisitions	-	-	111	111
Cessions, mises hors service	(3)	-	(2)	(5)
Effets des variations de périmètre	337	-	35	372
Amortissements	(21)	-	(93)	(114)
Dépréciations	-	-	-	-
Effets des variations de change	64	90	9	163
Autres	-	-	10	10
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)
Autres	-	-	-	-
Au 31 décembre 2009	6 489	1 853	355	8 697

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2008 provenaient de l'acquisition de Hublot pour 219 millions d'euros et de l'acquisition du groupe Les Echos pour 147 millions d'euros. Voir également Note 2.

3.3 Marques et enseignes

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

(en millions d'euros)	2010			2009	2008
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Vins et Spiritueux	1 019	(34)	985	977	795
Mode et Maroquinerie	3 894	(338)	3 556	3 542	3 564
Parfums et Cosmétiques	618	(22)	596	594	596
Montres et Joaillerie	1 386	(6)	1 380	1 167	1 166
Distribution sélective	3 292	(1 316)	1 976	1 853	1 909
Autres activités	272	(71)	201	209	123
Marques et enseignes	10 481	(1 787)	8 694	8 342	8 153

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2010 :

- 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 : TAG Heuer, Zenith, Hublot, Chaumet et Fred ;
- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché ;
- 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 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 29 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 63 % 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

(en millions d'euros)	2010			2009	2008 ⁽¹⁾
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	4 525	(1 116)	3 409	3 335	3 338
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 618	-	1 618	935	1 085
Total	6 143	(1 116)	5 027	4 270	4 423

Les variations sur les exercices présentés du solde net des écarts d'acquisition s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010			2009	2008 ⁽¹⁾
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	5 367	(1 097)	4 270	4 423	4 824
Effets des variations de périmètre	(55)	76	21	20	639
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	702	-	702	(96)	(1 061)
Variation des dépréciations	-	(54)	(54)	(56)	(31)
Effets des variations de change	129	(41)	88	(21)	52
Au 31 décembre	6 143	(1 116)	5 027	4 270	4 423

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2010 résultent 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 change proviennent pour l'essentiel des écarts d'acquisition comptabilisés 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 de Donna Karan, de DFS et de l'activité Miami Cruiseline pour le dollar US, et de TAG Heuer et Hublot pour le franc suisse.

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.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2008 provenaient de l'impact de la consolidation du groupe Les Echos pour 161 millions d'euros, de l'acquisition de la société Royal Van Lent pour 331 millions d'euros, et de la société Hublot pour 109 millions d'euros. Voir également Note 2.

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 2010. Comme décrit en Note 1.12, l'évaluation de ces actifs est effectuée le plus souvent

à partir des flux de trésorerie prévisionnels actualisés attendus de ces actifs, déterminés dans le cadre de plans pluri-annuels établis au cours de chaque exercice. Les principaux paramètres retenus au cours des périodes présentées pour l'établissement de ces flux prévisionnels sont les suivants :

Groupe d'activités	2010			2009		2008	
	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 11,6 %	11 à 17,1 %	2 %	7,5 à 11,6 %	2 %	7,3 à 11,4 %	2 %
Mode et Maroquinerie	8,7 à 12,8 %	12,8 à 18,8 %	2 %	8,7 à 12,8 %	2 %	8,9 à 13 %	2 %
Parfums et Cosmétiques	8,0 %	11,8 %	2 %	8 %	2 %	9,1 à 11,5 %	2 %
Montres et Joaillerie	9,5 à 10,8 %	14 à 15,9 %	2 %	9,5 à 10,8 %	2 %	11 à 12,3 %	2 %
Distribution sélective	7,5 à 8,6 %	11 à 12,6 %	2 %	7,5 à 8,6 %	2 %	8 à 9,1 %	2 %
Autres	7,5 à 10 %	11 à 14,7 %	2 %	7,5 %	2 %	6,7 à 8 %	2 %

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 raison des caractéristiques de l'environnement économique à fin 2010, et des incertitudes qui le caractérisent, les taux d'actualisation retenus à fin 2010 sont identiques à ceux de 2009. Les taux de croissance retenus pour la période au-delà de la durée

des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

Au 31 décembre 2010, 9 secteurs d'activités (voir Note 1.12) présentent une valeur comptable proche de leur valeur d'utilité. Pour ceux-ci, les montants de dépréciation qui résulteraient 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 valeurs retenues au 31 décembre 2010 sont présentés ci-dessous :

(en millions d'euros)	Actifs incorporels à durée de vie indéfinie au 31/12/2010	Sensibilité	
		Variation du taux d'actualisation après impôt	Variation du taux de croissance
		+ 0,5 %	- 0,5 %
Vins et Spiritueux	520	(26)	(15)
Mode et Maroquinerie	159	(20)	(11)
Distribution sélective	190	(19)	(15)
Autres groupes d'activités	128	(12)	(10)
Total	997	(77)	(51)

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 valeurs retenues au 31 décembre 2010 pour les autres secteurs d'activités du Groupe n'entraînerait aucun risque de dépréciation.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	2010			2009	2008 ⁽¹⁾
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	916	-	916	859	862
Terres à vignes et vignobles	1 919	(91)	1 828	1 611	1 613
Constructions	1 781	(793)	988	890	880
Immeubles locatifs	358	(61)	297	286	291
Installations techniques, matériels et outillages	4 858	(3 154)	1 704	1 647	1 631
Autres immobilisations corporelles et en-cours	1 522	(522)	1 000	847	804
Total	11 354	(4 621)	6 733	6 140	6 081
dont : immobilisations en location financement	246	(131)	115	136	147
coût historique des terres à vignes et vignobles	630	(92)	538	531	480

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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 2009	1 695	2 455	342	4 427	1 305	10 224
Acquisitions	5	115	3	358	367	848
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	206	-	-	-	-	206
Cessions, mises hors service	(3)	(9)	(2)	(283)	(28)	(325)
Effets des variations de périmètre	2	(16)	-	(9)	(8)	(31)
Effets des variations de change	11	117	9	239	54	430
Autres mouvements, y compris transferts	3	35	6	126	(168)	2
Au 31 décembre 2010	1 919	2 697	358	4 858	1 522	11 354
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 2009	(84)	(706)	(56)	(2 780)	(458)	(4 084)
Amortissements	(6)	(63)	(5)	(497)	(79)	(650)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	1	7	1	274	15	298
Effets des variations de périmètre	(1)	6	-	8	5	18
Effets des variations de change	(1)	(22)	(1)	(152)	(27)	(203)
Autres mouvements, y compris transferts	-	(15)	-	(7)	22	-
Au 31 décembre 2010	(91)	(793)	(61)	(3 154)	(522)	(4 621)
Valeur nette au 31 décembre 2010	1 828	1 904	297	1 704	1 000	6 733

Les acquisitions d'immobilisations corporelles reflètent les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior, des marques de champagne et de Glenmorangie dans leurs outils de production, ainsi que des investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative ou commerciale.

6.2 Variations des exercices antérieurs

Valeur nette (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2007 ⁽¹⁾	1 426	1 682	286	1 423	595	5 412
Acquisitions	24	46	-	425	462	957
Cessions, mises hors service	(3)	(32)	-	(16)	(13)	(64)
Amortissements	(6)	(47)	(5)	(388)	(68)	(514)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	173	-	-	-	-	173
Effets des variations de périmètre	1	13	-	6	1	21
Effets des variations de change	(6)	69	6	31	10	110
Autres, y compris transferts	4	11	4	150	(183)	(14)
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

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles de 2009 et 2008 reflétaient les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux de Hennessy, Veuve Clicquot et Moët & Chandon dans leurs outils de production. S'y ajoutaient, en 2009, les effets des investissements de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs et dans son outil de production.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	2010			2009	2008
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	213	-	213	216	129
Part dans le résultat de la période	7	-	7	3	7
Dividendes versés	(5)	-	(5)	(9)	(7)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	8	84
Effets des variations de change	8	-	8	(5)	3
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	223	-	223	213	216

Au 31 décembre 2010, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ; les loyers facturés au Groupe par Mongoual sont de 16 millions d'euros en 2010 (16 millions d'euros en 2009 et 15 millions d'euros en 2008) ;
- une participation de 45 % dans le groupe détenant les magasins Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de

Parfums et Cosmétiques en Russie, acquise en octobre 2008 ; les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques à Ile de Beauté s'élevaient à 33 millions d'euros en 2010 (22 millions d'euros en 2009, 11 millions d'euros d'octobre à décembre 2008) ;

- une participation de 49 % dans Edun, société associant mode, commerce équitable et développement durable acquise durant le premier semestre 2009.

La participation de 23,1 % dans le distributeur français de jeux vidéo Micromania a été cédée en 2008.

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2010			2009	2008
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	3 949	(58)	3 891	540	375

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

(en millions d'euros)	2010		2009	2008
	Total	dont Hermès		
Au 1^{er} janvier	540	68	375	823
Acquisitions	2 756	2 717	89	62
Cessions à valeur de vente	(70)	-	(38)	(114)
Variations de valeur de marché	(114)	(215)	93	(14)
Variation du montant des dépréciations	(12)	-	(1)	(34)
Reclassement de Autres actifs non courants à Investissements financiers	775	775	-	-
Autres reclassements	(3)	-	29	(352) ⁽¹⁾
Effets des variations de périmètre	-	-	(2)	-
Effets des variations de change	19	-	(5)	4
Au 31 décembre	3 891	3 345	540	375

(1) Ce montant correspond au prix d'acquisition du groupe Les Echos, reclassés en titres consolidés. Voir Note 2.

- Au cours de l'exercice 2010, la participation de LVMH dans le capital d'Hermès International (ci-après « Hermès »), a été portée à 20,21 %, soit 3 345 millions d'euros au cours de bourse (Paris) du 31 décembre 2010.

L'augmentation de la participation dans Hermès au cours de l'exercice résulte :

- 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.

Le dénouement des ELS a conduit à comptabiliser en 2010 en résultat un gain, net de frais et avant impôt sur les résultats, d'un montant de 1 004 millions d'euros représentant, pour le nombre de titres précité, la différence entre, d'une part, le cours de bourse de Hermès au jour du dénouement des ELS, cours retenu pour la comptabilisation de ces titres en « Investissements financiers », et d'autre part, le cours de bourse de Hermès au 31 décembre 2009 (voir Note 25 Résultat financier).

Au 31 décembre 2010, la participation de LVMH dans Hermès, de 21,3 millions de titres représente, sur la base du cours de bourse du titre à cette date, un montant de 3,3 milliards d'euros, pour un prix de revient comptable global de 3,0 milliards, ou 2,0 milliards en trésorerie après déduction du gain mentionné ci-dessus.

Les opérations d'acquisition réalisées au cours de l'exercice 2010 représentent une sortie de trésorerie de 1,7 milliard d'euros ; ce montant est constitué des acquisitions de titres sur le marché ainsi que du prix de référence déterminé en 2008 et versé lors du dénouement des ELS.

- Les acquisitions 2008 incluaient la société Montaudon à hauteur de 29 millions d'euros ; cette acquisition a été consolidée sur l'exercice 2009. Voir Note 2.

- Les cessions de l'exercice 2008 incluent en particulier la quote-part de LVMH dans les opérations effectuées par le fonds L Capital, notamment la cession de la participation dans le distributeur français de jeux vidéo Micromania.

- Les dépréciations des investissements financiers sont établies en application des principes comptables décrits en Note 1.13.

Au 31 décembre 2010, 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 ⁽³⁾	Résultat net ⁽³⁾
Hermès International (France) ⁽¹⁾	20,2 %	3 345	344	1	1 790 ⁽⁴⁾	289 ⁽⁴⁾
Hengdeli Holdings Ltd (Chine) ⁽¹⁾	6,8 %	124	101	1	291 ⁽⁴⁾	38 ⁽⁴⁾
Tod's Spa (Italie) ⁽¹⁾	3,5 %	78	31	5	655 ⁽⁴⁾	86 ⁽⁴⁾
L Real Estate (Luxembourg) ⁽²⁾	32,2 %	68	(3)	-	211 ⁽⁵⁾	- ⁽⁵⁾
L Capital 2 FCPR (France) ⁽²⁾	18,5 %	66	11	-	231 ⁽⁵⁾	(7) ⁽⁵⁾
Sociedad Textil Lonia (Espagne) ⁽²⁾	25 %	22	14	4	91 ⁽⁴⁾	22 ⁽⁴⁾
Autres participations		188	32	3		
Total		3 891	530	14		

(1) Évaluation au cours de bourse de clôture du 31 décembre 2010.

(2) Évaluation à la valeur de réalisation estimée.

(3) Les données comptables fournies sont antérieures au 31 décembre 2010, les chiffres à fin 2010 étant indisponibles à la date d'établissement des états financiers.

(4) Données consolidées.

(5) Données sociales.

9. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008 ⁽¹⁾
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	3 235	3 189	2 928
Autres matières premières et en-cours	747	720	705
	3 982	3 909	3 633
Marchandises	659	527	579
Produits finis	2 015	1 851	2 125
	2 674	2 378	2 704
Valeur brute	6 656	6 287	6 337
Provision pour dépréciation	(665)	(643)	(573)
Valeur nette	5 991	5 644	5 764

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2010			2009	2008 ⁽¹⁾
	Brut	Dépréciation	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	6 287	(643)	5 644	5 764	4 809
Variation du stock brut	126	-	126	(69)	826
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(3)	-	(3)	13	24
Variation de la provision pour dépréciation	-	16	16	(62)	(62)
Effets des variations de périmètre	(43)	4	(39)	38	84
Effets des variations de change	300	(46)	254	(29)	89
Reclassements	(11)	4	(7)	(11)	(6)
Au 31 décembre	6 656	(665)	5 991	5 644	5 764

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

Les effets des variations de change proviennent des stocks détenus par les filiales de distribution du Groupe aux États-Unis, au Japon et dans le reste de l'Asie, principalement pour les groupes d'activités Mode et Maroquinerie et Distribution sélective.

Les effets de la mise à valeur de marché des vendanges sur le coût des ventes des activités Vins et Spiritueux sont les suivants :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	36	43	53
Effets des sorties de stocks	(39)	(30)	(29)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	(3)	13	24

10. CLIENTS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Créances à valeur nominale	1 769	1 670	1 843
Provision pour dépréciation	(57)	(62)	(58)
Provision pour retours et reprises de produits	(147)	(153)	(135)
Montant net	1 565	1 455	1 650

Le montant de la dotation aux provisions pour dépréciation est, pour 2010, de 9 millions d'euros (18 millions d'euros en 2009, 12 millions d'euros en 2008).

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres magasins représente environ 61 % 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 2010, 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 :

(en millions d'euros)		Valeur brute des créances	Dépréciation	Valeur nette des créances
Non échues :	- moins de 3 mois	1 518	(12)	1 506
	- plus de 3 mois	42	(1)	41
		1 560	(13)	1 547
Échues :	- moins de 3 mois	130	(7)	123
	- plus de 3 mois	79	(37)	42
		209	(44)	165
Total		1 769	(57)	1 712

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

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Placements financiers	219	218	590
Instruments dérivés	209	302	265
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	271	199	284
Fournisseurs : avances et acomptes	142	113	141
Charges constatées d'avance ⁽¹⁾	191	171	185
Autres créances, nettes	223	210	233
Total	1 255	1 213	1 698

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	32	71	471
Valeurs mobilières de placement cotées	187	147	119
Total	219	218	590
dont coût historique des placements financiers	280	336	679

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Au 1^{er} janvier	218	590	879
Acquisitions	55	15	107
Cessions à valeur de vente	(106)	(343)	(115)
Variations de valeur de marché	74	50	(233)
Variation du montant des dépréciations	(26)	(31)	(92)
Reclassement de/(en) Investissements financiers	-	(59)	-
Effets des variations de périmètre	-	(1)	1
Effets des variations de change	4	(3)	43
Au 31 décembre	219	218	590

Voir également Note 1.13 pour le mode de détermination des dépréciations des placements financiers.

13. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Dépôts à terme à moins de trois mois	545	130	64
Parts de SICAV et FCP monétaires	141	93	72
Comptes bancaires	1 606	2 223	877
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	2 292	2 446	1 013

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 :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 292	2 446	1 013
Découverts bancaires	(250)	(172)	(295)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	2 042	2 274	718

14. CAPITAUX PROPRES

14.1 Capital social

Au 31 décembre 2010, le capital est constitué de 490 642 232 actions (490 405 654 au 31 décembre 2009, 489 937 410 au 31 décembre 2008), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 225 670 153 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (226 411 288 au 31 décembre 2009, 226 413 842 au 31 décembre 2008).

Les variations du capital social, en nombre d'actions et en valeur, s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010		2009		2008	
	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur	Nombre	Valeur
Capital social au 1^{er} janvier	490 405 654	147	489 937 410	147	489 937 410	147
Exercices d'options de souscription d'actions	2 012 478	-	557 204	-	92 600	-
Annulation d'actions	(1 775 900)	-	(88 960)	-	(92 600)	-
Capital social au 31 décembre	490 642 232	147	490 405 654	147	489 937 410	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 :

(en millions d'euros)	2010		2009	2008
	Nombre	Valeur	Valeur	Valeur
Plans d'options de souscription	9 093 593	429	504	446
Plans d'options d'achat	615 482	41	223	279
Plans d'attribution d'actions gratuites	770 611	42	25	23
Autres plans	1 360 287	70	5	41
Couverture des plans d'options et assimilés ⁽²⁾	11 839 973	582	757	789
Contrat de liquidité	100 000	13	6	16
Actions destinées à être annulées	-	-	56	56
Actions LVMH	11 939 973	595	819	861
Calls sur actions LVMH ⁽¹⁾	300 000	12	110	122
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	12 239 973	607	929	983

(1) Nombre d'actions pouvant être obtenues en cas d'exercice de la totalité des calls en vie à la clôture et montant des primes versées au titre de ces contrats.

(2) Voir Note 15 concernant les plans d'options et assimilés.

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 31 décembre 2010, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 12 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2010, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2009	16 080 093	819	
Achats d'actions, y.c. par exercice de calls	4 781 415	418	(321)
Exercices d'options d'achat	(4 608 830)	(317)	254
Attribution définitive d'actions gratuites	(149 590)	(9)	-
Annulation d'actions	(1 775 900)	(101)	-
Cessions à valeur de vente	(2 387 215)	(222)	222
Plus-value/(moins-value) de cession		7	
Au 31 décembre 2010	11 939 973	595	155

Calls sur actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2009	2 670 200	110	
Achat de calls	-	-	-
Exercice de calls	(2 370 200)	(98)	-
Au 31 décembre 2010	300 000	12	-

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 2010, le montant distribuable s'élève ainsi à 6 232 millions d'euros ; il est de 5 545 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2010.

(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)	2010	2009	2008
Acompte au titre de l'exercice en cours (2010 : 0,70 euro ; 2009 : 0,35 euro ; 2008 : 0,35 euro)	343	172	171
Effet des actions auto-détenues	(8)	(6)	(5)
	335	166	166
Solde au titre de l'exercice précédent (2009 : 1,30 euro ; 2008 : 1,25 euro ; 2007 : 1,25 euro)	636	612	612
Effet des actions auto-détenues	(18)	(20)	(20)
	618	592	592
Montant brut total versé au cours de la période ⁽¹⁾	953	758	758

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2010, proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires du 31 mars 2011, est de 1,40 euro par action, soit un montant total de 687 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 et leur solde de clôture, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analysent par devise de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010	Variation	2009	2008
Dollar US	(148)	339	(487)	(344)
Franc suisse	376	283	93	91
Yen japonais	152	108	44	70
Hong Kong dollar	43	63	(20)	5
Livre sterling	(73)	9	(82)	(109)
Autres devises	52	93	(41)	(53)
Couvertures d'actifs nets en devises	(172)	(170)	(2)	(31)
Total, part du Groupe	230	725	(495)	(371)

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.

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 d'une large capacité d'accès aux marchés à des conditions favorables.

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 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 15 mai 2008 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2011, 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.

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 2010	Nombre d'options devenues caduques en 2010	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2010
19 janvier 2000 ^{(1) (3)}	376 110	80,10 ⁽²⁾	3 ans	(486 650) ⁽²⁾	(1 077 800) ⁽²⁾	-
23 janvier 2001	2 649 075	65,12	"	(1 465 570)	(500)	218 545
6 mars 2001	40 000	63,53	"	(20 000)	-	-
14 mai 2001	552 500	61,77	"	(438 378)	-	14 122
12 septembre 2001	50 000	52,48	"	-	-	50 000
22 janvier 2002	3 256 700	43,30	"	(1 525 947)	-	295 877
22 janvier 2002	27 400	45,70	"	(4 200)	-	1 550
15 mai 2002	8 560	54,83	"	-	-	5 560
22 janvier 2003	3 155 225	37,00	"	(664 855)	(500)	300 858
22 janvier 2003	58 500	38,73	"	(3 230)	-	28 970
				(4 608 830)	(1 078 800)	915 482

(1) Nombre d'options à l'ouverture du plan non retraité de l'ajustement lié à la division du nominal par cinq de juillet 2000.

(2) Ajusté du fait des opérations visées ci-dessus au (1).

(3) Plan expiré le 18 janvier 2010.

Le nombre d'options d'achat non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué comme suit au cours des exercices présentés :

	2010		2009		2008	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options d'achat restant à exercer au 1^{er} janvier	6 603 112	58,05	7 862 248	57,73	8 253 029	56,74
Options devenues caduques	(1 078 800)	80,07	(568 634)	63,93	(112 555)	41,35
Options exercées	(4 608 830)	55,06	(690 502)	49,59	(278 226)	35,20
Options d'achat restant à exercer au 31 décembre	915 482	47,15	6 603 112	58,05	7 862 248	57,73

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 (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2010	Nombre d'options devenues caduques en 2010	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2010
21 janvier 2004	2 720 425	55,70	4 ans	(837 570)	(700)	1 355 480
"	27 050	58,90	"	(58 550)	-	13 100
12 mai 2005	1 852 150	52,82	"	(643 718)	(21 250)	825 678
"	72 250	55,83	"	(56 250)	(700)	43 850
11 mai 2006	1 712 959	78,84	"	(382 490)	(33 360)	1 248 559
"	76 400	82,41	"	(25 900)	(950)	48 850
10 mai 2007	1 679 988	86,12	"	-	(26 327)	1 617 228
15 mai 2008	1 621 882	72,50	"	-	(22 844)	1 571 963
"	76 438	72,70	"	-	-	76 438
14 mai 2009	1 266 507	56,50	"	(8 000)	(4 201)	1 252 781
"	35 263	56,52	"	-	(7 475)	27 788
29 juillet 2009	2 500	57,10	"	-	-	2 500
				(2 012 478)	(117 807)	8 084 215

Le nombre d'options de souscription non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué comme suit au cours des exercices présentés :

	2010		2009		2008	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options de souscription restant à exercer au 1^{er} janvier	10 214 500	66,99	9 569 660	67,76	8 015 393	66,60
Attributions	-	-	1 304 270	56,50	1 698 320	72,51
Options devenues caduques	(117 807)	72,09	(102 226)	72,41	(51 453)	66,52
Options exercées	(2 012 478)	59,62	(557 204)	54,37	(92 600)	55,71
Options de souscription restant à exercer au 31 décembre	8 084 215	68,79	10 214 500	66,99	9 569 660	67,76

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 et 2010, a également été considérée comme satisfaite pour les exercices ultérieurs, pour la détermination de la charge 2010.

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	Période d'acquisition des droits	Attributions devenues caduques en 2010	Attribution définitive d'actions en 2010	Attributions provisoires au 31/12/2010
15 mai 2008	162 972	2 ou 4 ans ⁽¹⁾	(6 856)	(149 590)	-
14 mai 2009	311 209	"	(7 009)	-	300 342
29 juillet 2009	833	"	-	-	833
15 avril 2010	469 436	"	-	-	469 436
			(13 865)	(149 590)	770 611

(1) La période d'acquisition des droits est de deux ans pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de quatre ans pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

Le nombre d'attributions provisoires a évolué comme suit au cours de l'exercice :

(en nombre d'actions)	2010	2009	2008
Attributions provisoires au 1^{er} janvier	464 630	311 459	311 504
Attributions provisoires	469 436	312 042	162 972
Attributions devenues définitives	(149 590)	(149 612)	(154 090)
Attributions devenues caduques	(13 865)	(9 259)	(8 927)
Attributions provisoires au 31 décembre	770 611	464 630	311 459

Le plan d'attribution d'actions gratuites ouvert en 2010 est assorti, 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 2010 et 2011, 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 2009. Les conditions de performance, qui ont été satisfaites au titre de l'exercice 2010, ont été considérées comme satisfaites en 2011 pour la détermination de la charge de l'exercice 2010.

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 de clôture au titre de ces plans, s'analysent de la façon suivante :

	2010	2009	2008
Nature du plan de référence (en nombre équivalent d'actions) :			
Plans d'options d'achat	21 450	113 500	322 945
Plans d'actions gratuites	93 848	136 538	147 511
Provision au 31 décembre (en millions d'euros)	10	10	4

15.5 Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	44	46	44
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	6	7	(6)
Charge de l'exercice	50	53	38

Dans le calcul ci-dessus, la valeur unitaire de chaque plan d'options est déterminée selon la méthode Black & Scholes, comme décrit en Note 1.25. Les paramètres et hypothèses retenus pour cette évaluation sont les suivants :

	Plans 2009	Plans 2008
Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (en euros)	57,28	75,01
Prix d'exercice moyen (en euros)	56,50	72,51
Volatilité du cours de l'action LVMH	37,0 %	27,5 %
Taux de distribution de dividendes	2,8 %	2,4 %
Taux de placement sans risque	2,7 %	4,1 %

Le cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution du plan 2010 était de 90,39 euros.

La volatilité du cours de l'action LVMH est déterminée sur la base de la volatilité implicite observée.

La valeur unitaire des attributions provisoires d'actions gratuites en 2010 est de 86,93 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 83,05 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

16. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	2010	2009	2008 ⁽¹⁾
Au 1^{er} janvier	989	989	937
Part des minoritaires dans le résultat	287	218	292
Dividendes versés aux minoritaires	(158)	(176)	(188)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées :			
consolidation de Royal Van Lent	-	-	14
autres mouvements	(3)	11	6
Effets des acquisitions et cessions de titres d'intérêt minoritaires :			
acquisition de titres de minoritaires de La Samaritaine	(104)	-	-
autres mouvements	-	(8)	-
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	(107)	3	20
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	1	11	4
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	88	(29)	60
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	3	3	3
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	(97)	(30)	(139)
Au 31 décembre	1 006	989	989

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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 2007	(129)	15	103	(11)
Variations de l'exercice	45	(8)	23	60
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

17. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

17.1 Dette financière nette

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Dette financière à plus d'un an	3 432	4 077	3 738
Dette financière à moins d'un an	1 834	1 708	1 847
Dette financière brute	5 266	5 785	5 585
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(82)	(89)	(70)
Autres dérivés	5	6	(4)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	5 189	5 702	5 511
Placements financiers	(219)	(218)	(590)
Autres actifs financiers courants	-	(44)	(39)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 292)	(2 446)	(1 013)
Dette financière nette	2 678	2 994	3 869

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 19).

17.2 Analyse de la dette financière brute par nature

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	2 776	3 425	2 735
Crédit-bail et locations de longue durée	131	121	128
Emprunts auprès des établissements de crédit	525	531	875
Dette financière à plus d'un an	3 432	4 077	3 738
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	815	723	127
Crédit-bail et locations de longue durée	17	23	23
Emprunts auprès des établissements de crédit	179	135	126
Billets de trésorerie	272	200	717
Autres emprunts et lignes de crédit	224	352	492
Découverts bancaires	250	172	295
Intérêts courus	77	103	67
Dette financière à moins d'un an	1 834	1 708	1 847
Dette financière brute totale	5 266	5 785	5 585
Valeur de marché de la dette financière brute	5 422	5 979	5 697

Aux 31 décembre 2010, 2009 et 2008, aucun encours n'était comptabilisé selon l'option juste valeur. Voir Note 1.18.

17.3 Emprunts obligataires et EMTN

Montant nominal ; date d'émission (en millions d'euros)	Échéance	Taux effectif initial ⁽¹⁾ (%)	2010	2009	2008
EUR 1 000 000 000 ; 2009	2014	4,52	1 021	998	-
CHF 200 000 000 ; 2008	2015	4,04	161	135	135
CHF 200 000 000 ; 2008	2011	3,69	161	135	135
EUR 760 000 000 ; 2005 et 2008 ⁽²⁾	2012	3,76	755	752	749
CHF 300 000 000 ; 2007	2013	3,46	243	206	206
EUR 600 000 000 ; 2004	2011	4,74	609	611	609
EUR 750 000 000 ; 2003	2010	5,05	-	723 ⁽³⁾	742
Émissions publiques			2 950	3 560	2 576
EUR 250 000 000 ; 2009	2015	4,59	257	251	-
EUR 150 000 000 ; 2009	2017	4,81	153	149	-
Placements privés en devises			231	188	286
Placements privés EMTN			641	588	286
Total emprunts obligataires et EMTN			3 591	4 148	2 862

(1) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

(2) 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 %.

(3) 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 : 2011	1 611	223	1 834	(258)	249	(9)	1 353	472	1 825
2012	865	17	882	(600)	598	(2)	265	615	880
2013	490	207	697	176	(169)	7	666	38	704
2014	1 028	153	1 181	(1 000)	950	(50)	28	1 103	1 131
2015	422	1	423	(250)	236	(14)	172	237	409
Au-delà	174	75	249	(150)	141	(9)	24	216	240
Total	4 590	676	5 266	(2 082)	2 005	(77)	2 508	2 681	5 189

Voir Note 21.4 concernant les valeurs de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2011 de la dette financière brute se décompose ainsi, par trimestre :

(en millions d'euros)	Échéance 2011
Premier trimestre	791
Deuxième trimestre	209
Troisième trimestre	632
Quatrième trimestre	202
Total	1 834

17.5 Analyse de la dette financière brute par devise après effet des instruments dérivés

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Euro	3 587	4 317	3 984
Dollar US	221	172	145
Franc suisse	988	806	806
Yen japonais	208	235	383
Autres devises	185	172	193
Total	5 189	5 702	5 511

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 2010 :

- une hausse instantanée de 1 point sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une augmentation de

27 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une baisse de 33 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 27 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une hausse de 33 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 2010, 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 2010, l'encours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,3 milliards d'euros.

17.9 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2010, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 200 millions d'euros.

18. PROVISIONS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	261	240	230
Provisions pour risques et charges	886	725	707
Provisions pour réorganisation	20	25	34
Part à plus d'un an	1 167	990	971
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	9	8	6
Provisions pour risques et charges	274	242	229
Provisions pour réorganisation	56	84	71
Part à moins d'un an	339	334	306
Total	1 506	1 324	1 277

Au cours de l'exercice 2010, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2009	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	2010
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	248	56	(34)	-	(4)	4	270
Provisions pour risques et charges	967	358	(136)	(47)	-	18	1 160
Provisions pour réorganisation	109	25	(51)	(8)	(1)	2	76
Total	1 324	439	(221)	(55)	(5)	24	1 506
dont : résultat opérationnel courant		179	(129)	(31)			
résultat financier		45	-	-			
autres		215	(92)	(24)			

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

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Engagements d'achat de titres de minoritaires	3 686	2 841	2 963
Instruments dérivés	2	22	27
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	88	80	88
Autres dettes	171	146	175
Total	3 947	3 089	3 253

(1) 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 de Château d'Yquem, de Château Cheval Blanc et de certains vignobles champenois.

Aux 31 décembre 2010, 2009 et 2008, 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 sa juste valeur 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 Royal Van Lent (10 %) ainsi que de filiales de Sephora dans différents pays.

La juste valeur des autres passifs non courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

20. AUTRES PASSIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Instruments dérivés	145	92	166
Personnel et organismes sociaux	687	581	562
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	72	67	66
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	317	252	245
Clients : avances et acomptes versés	203	228	203
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	177	186	170
Produits constatés d'avance	76	61	69
Autres dettes	466	407	385
Total	2 143	1 874	1 866

(1) 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 pour objet principal 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 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

(en millions d'euros)	Notes	2010		2009		2008	
		Valeur au bilan	Juste valeur	Valeur au bilan	Juste valeur	Valeur au bilan	Juste valeur
Investissements financiers	8	3 891	3 891	540	540	375	375
Placements financiers	12	219	219	218	218	590	590
Investissements et placements financiers (voir Note 1.13)		4 110	4 110	758	758	965	965
Autres actifs non courants, hors instruments dérivés		256	256	624	624	648	648
Créances clients et comptes rattachés	10	1 565	1 565	1 455	1 455	1 650	1 650
Autres actifs courants, hors instruments dérivés, placements financiers et charges constatées d'avance	11	636	636	522	522	658	658
Prêts et créances (voir Note 1.15)		2 457	2 457	2 601	2 601	2 956	2 956
Trésorerie et équivalents (voir Note 1.16)	13	2 292	2 292	2 446	2 446	1 013	1 013
Actifs financiers, hors instruments dérivés		8 859	8 859	5 805	5 805	4 934	4 934
Dette financière à plus d'un an	17	3 432	3 582	4 077	4 269	3 738	3 848
Dette financière à moins d'un an	17	1 834	1 840	1 708	1 710	1 847	1 849
Fournisseurs et comptes rattachés		2 298	2 298	1 911	1 911	2 292	2 292
Autres passifs non courants, hors engagements d'achat de titres et instruments dérivés	19	259	259	226	226	263	263
Autres passifs courants, hors instruments dérivés et produits constatés d'avance	20	1 922	1 922	1 721	1 721	1 631	1 631
Passifs financiers, hors instruments dérivés (voir Note 1.18)		9 745	9 901	9 643	9 837	9 771	9 883
Instruments dérivés (voir Note 1.19)	21.3	123	123	314	314	265	265

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

(en millions d'euros)	2010			2009			2008		
	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	3 750	-	2 292	356	-	2 446	266	-	1 013
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	119	270	-	191	428	-	471	458	-
Cotations privées	241	-	-	211	-	-	199	-	-
Autre	-	-	-	-	-	-	29	-	-
Actifs	4 110	270	2 292	758	428	2 446	965	458	1 013
Valorisation :									
Cotation boursière	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	-	147	-	-	114	-	-	193	-
Cotations privées	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Passifs	-	147	-	-	114	-	-	193	-

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 2010 :

(en millions d'euros)	2010
Au 1^{er} janvier	211
Acquisitions	13
Cessions (à valeur de vente)	(12)
Gains et pertes enregistrés en résultat	(28)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	57
Au 31 décembre	241

21.3 Synthèse des instruments dérivés

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan dans les rubriques et pour les montants suivants :

(en millions d'euros)		Notes	2010	2009	2008
Risque de taux d'intérêt					
Actifs :	non courants		41	46	36
	courants		66	90	80
Passifs :	non courants		(1)	(21)	(25)
	courants		(24)	(26)	(21)
		21.4	82	89	70
Risque de change					
Actifs :	non courants		8	6	17
	courants		139	211	185
Passifs :	non courants		(1)	(1)	(2)
	courants		(121)	(56)	(70)
		21.5	25	160	130
Autres risques					
Actifs :	non courants		12	74	140
	courants		4	1	-
Passifs :	non courants		-	-	-
	courants		-	(10)	(75)
			16	65	65
Total					
Actifs :	non courants		61	126	193
	courants	11	209	302	265
Passifs :	non courants	19	(2)	(22)	(27)
	courants	20	(145)	(92)	(166)
			123	314	265

21.4 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux d'intérêt

Le Groupe gère le risque de taux lié à la dette financière nette globale. L'objectif de la politique de gestion menée est de prémunir le résultat contre une hausse rapide et sensible des taux d'intérêt.

Dans ce cadre, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux à nature ferme (swaps) ou conditionnelle (caps et floors).

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 31 décembre 2010 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ⁽¹⁾		
	2011	2012 à 2015	Au-delà de 2015	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :							
- payeur de taux fixe	500	166	-	666	(7)	(10)	(17)
- payeur de taux variable	765	1 850	150	2 765	95	-	95
- taux variable / taux variable	-	152	-	152	-	1	1
Swaps de devises	31	117	-	148	-	3	3
Total					88	(6)	82

(1) 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 2010 sont les suivants :

	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ⁽¹⁾				
	2010	2011	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
<i>(en millions d'euros)</i>									
Options achetées									
Put USD	247	227	-	474	-	3	-	2	5
Put JPY	50	96	-	146	-	-	-	(1)	(1)
Autres	39	7	-	46	1	2	-	1	4
	336	330	-	666	1	5	-	2	8
Tunnels									
Vendeur USD	247	1 961	112	2 320	2	93	-	(1)	94
Vendeur JPY	27	348	62	437	-	(11)	-	(1)	(12)
Autres	-	8	-	8	-	-	-	-	-
	274	2 317	174	2 765	2	82	-	(2)	82
Contrats à terme ⁽²⁾									
USD	315	109	-	424	3	12	(37)	1	(21)
JPY	82	193	53	328	(2)	(2)	-	(2)	(6)
GBP	-	(3)	-	(3)	-	-	-	-	-
Autres	936	65	-	1 001	(2)	(2)	-	(1)	(5)
	1 333	364	53	1 750	(1)	8	(37)	(2)	(32)
Swaps cambistes ⁽²⁾									
USD	1 682	-	-	1 682	-	-	(37)	(36)	(73)
CHF	232	-	-	232	-	-	(25)	(1)	(26)
GBP	(9)	-	-	(9)	-	-	-	1	1
JPY	(6)	-	-	(6)	-	-	(1)	34	33
Autres	(746)	-	-	(746)	(1)	-	-	33	32
	1 153	-	-	1 153	(1)	-	(63)	31	(33)
Total					1	95	(100)	29	25

(1) Gain/(Perte).

(2) 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 2011, leur montant étant fonction des cours de change en vigueur à cette date.

Les incidences sur le résultat net de l'exercice 2010 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 :

(en millions d'euros)	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	(24)	(57)	(7)	7	-	-	-	-
- à la conversion des résultats des sociétés consolidées situées hors zone euro	34	(34)	12	(12)	11	(11)	100	(100)
Incidences sur le résultat net	10	(91)	5	(5)	11	(11)	100	(100)

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 2010, constitués principalement d'options et de tunnels.

Au 31 décembre 2010, les encaissements prévisionnels de 2011 en dollar US et yen japonais sont couverts à hauteur de 82 %, pour chacune des monnaies.

L'incidence des variations de change sur les capitaux propres hors résultat net peut être évaluée au 31 décembre 2010 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 :

(en millions d'euros)	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong Dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Conversion de l'actif net en devises	328	(328)	65	(65)	183	(183)	164	(164)
Variation de valeur des instruments de couverture d'actif net, après impôt	(112)	92	(7)	6	(69)	56	(59)	49
Incidences sur les capitaux propres, hors résultat net	216	(236)	58	(59)	114	(127)	105	(115)

21.6 Instruments financiers liés à la gestion du risque actions

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 dénouées en numéraire. La valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet de 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, le cours de bourse, et la volatilité. D'un montant nominal de 28 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours

de leurs sous-jacents au 31 décembre 2010, un effet net sur le résultat du Groupe d'environ 0,3 million d'euros. Les instruments dérivés liés à la gestion du risque actions en vie au 31 décembre 2010 ont une valeur de marché positive de 16 millions d'euros. Ces instruments sont à échéance 2014, principalement.

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 qui s'avère nul à fin 2010, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 0,3 milliard d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,3 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 2010, l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux passifs financiers (hors instruments dérivés), nominal et intérêts, hors effet d'actualisation :

(en millions d'euros)	2011	2012	2013	2014	2015	Au-delà de 5 ans	Total
Emprunts obligataires et EMTN	930	850	502	1 042	425	161	3 910
Emprunts auprès des établissements de crédit	197	126	266	155	-	4	748
Autres emprunts et lignes de crédit	224	-	-	-	-	-	224
Crédit-bail et locations de longue durée	24	22	20	18	17	354	455
Billets de trésorerie	272	-	-	-	-	-	272
Découverts bancaires	250	-	-	-	-	-	250
Dette financière brute	1 897	998	788	1 215	442	519	5 859
Autres passifs financiers ⁽¹⁾	2 008	35	33	36	18	51	2 181
Fournisseurs et comptes rattachés	2 298	-	-	-	-	-	2 298
Autres passifs financiers	4 306	35	33	36	18	51	4 479
Total des passifs financiers	6 203	1 033	821	1 251	460	570	10 338

(1) Correspond à hauteur de 1 922 millions d'euros aux Autres passifs courants (hors instruments dérivés et produits constatés d'avance) et de 259 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 2010

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ⁽¹⁾	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)
Investissements d'exploitation ⁽²⁾	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 ⁽³⁾	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 ⁽⁴⁾	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 ⁽⁵⁾	18 960
Total passif et capitaux propres	1 069	1 334	971	221	1 188	641	31 740	37 164

Exercice 2009

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ⁽¹⁾	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)
Investissements d'exploitation ⁽²⁾	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 ⁽³⁾	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 ⁽⁴⁾	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 ⁽⁵⁾	17 321
Total passif et capitaux propres	1 013	1 137	805	176	1 001	614	27 360	32 106

Exercice 2008

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ⁽¹⁾	Total
Ventes hors Groupe	3 117	5 976	2 665	863	4 361	211	-	17 193
Ventes entre groupes d'activités	9	34	203	16	15	17	(294)	-
Total des ventes	3 126	6 010	2 868	879	4 376	228	(294)	17 193
Résultat opérationnel courant	1 060	1 927	290	118	388	(136)	(19)	3 628
Autres produits et charges opérationnels	13	(61)	(28)	(1)	(28)	(38)	-	(143)
Investissements d'exploitation ⁽²⁾	157	338	146	39	228	160	-	1 068
Charges d'amortissement	75	236	111	23	148	35	-	628
Charges de dépréciation	-	20	-	-	-	11	-	31
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ^{(3) (6)}	2 070	4 651	931	1 434	2 630	903	-	12 619
Stocks ⁽⁶⁾	3 406	850	292	400	776	109	(69)	5 764
Autres actifs opérationnels ⁽⁶⁾	2 564	1 945	725	317	1 390	2 431	3 728 ⁽⁴⁾	13 100
Total actif	8 040	7 446	1 948	2 151	4 796	3 443	3 659	31 483
Capitaux propres ⁽⁶⁾	-	-	-	-	-	-	13 793	13 793
Passifs opérationnels	1 069	1 141	883	189	1 111	690	12 607 ⁽⁵⁾	17 690
Total passif et capitaux propres	1 069	1 141	883	189	1 111	690	26 400	31 483

(1) 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.

(2) Les investissements d'exploitation sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués.

(3) Les marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(4) Les actifs non affectés incluent les titres mis en équivalence, les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés.

Au 31 décembre 2010, ils incluent la participation de 20,2 % dans Hermès International soit 3 345 millions d'euros, voir Note 8 (487 millions d'euros au 31 décembre 2009, dont 419 en « Autres actifs non courants » et 68 en « Investissements financiers » et 522 millions d'euros au 31 décembre 2008, dont 449 en « Autres actifs non courants » et 73 en « Investissements financiers »).

(5) Les passifs non affectés incluent les dettes financières et la dette d'impôt courant et différé.

(6) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

22.2 Informations par zone géographique

La répartition des ventes par zone géographique de destination est la suivante :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
France	2 725	2 478	2 464
Europe (hors France)	4 236	3 664	4 095
États-Unis	4 611	3 840	3 925
Japon	1 784	1 683	1 779
Asie (hors Japon)	4 991	3 850	3 404
Autres pays	1 973	1 538	1 526
Ventes	20 320	17 053	17 193

La répartition des investissements d'exploitation par zone géographique se présente ainsi :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
France	389	319	499
Europe (hors France)	230	130	187
États-Unis	134	106	164
Japon	31	18	18
Asie (hors Japon)	152	149	141
Autres pays	48	52	59
Investissements d'exploitation	984	774	1 068

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 investissements d'exploitation sont constitués 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 :

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
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
Premier trimestre	640	1 445	717	211	1 011	56	(78)	4 002
Deuxième trimestre	652	1 323	645	206	979	54	(62)	3 797
Troisième trimestre	746	1 471	719	239	1 015	43	(73)	4 160
Quatrième trimestre	1 088	1 771	787	223	1 371	75	(81)	5 234
Total 2008	3 126	6 010	2 868	879	4 376	228	(294)	17 193

23. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

23.1 Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Ventes réalisées par les marques et enseignes	19 957	16 737	16 850
Royalties et revenus de licences	119	89	94
Revenus des immeubles locatifs	81	75	66
Autres revenus	163	152	183
Total	20 320	17 053	17 193

23.2 Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Frais de publicité et de promotion	2 267	1 809	2 031
Loyers commerciaux	1 248	1 055	976
Charges de personnel	3 589	3 175	3 055
Dépenses de recherche et développement	46	45	43

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 2010, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 2 545 (2 423 en 2009, 2 314 en 2008).

Dans certains pays, les locations de magasins comprennent un montant minima et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. La charge de location des magasins s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Loyers fixes ou minima	561	487	417
Part variable des loyers indexés	205	178	175
Concessions aéroportuaires - part fixe ou minima	279	244	221
Part variable des concessions aéroportuaires	203	146	163
Loyers commerciaux	1 248	1 055	976

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Salaires et charges sociales	3 473	3 059	2 986
Retraites, frais médicaux et autres avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	66	63	31
Charges liées aux plans d'options et assimilés	50	53	38
Charges de personnel	3 589	3 175	3 055

24. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Résultat de cessions	(36)	1	14
Réorganisations	(32)	(98)	(83)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(87)	(88)	(57)
Autres, nets	3	(6)	(17)
Autres produits et charges opérationnels	(152)	(191)	(143)

En 2010, le résultat des cessions est 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.

En 2008, les autres produits et charges incluaient 14 millions d'euros de plus-values de cessions et 83 millions d'euros de

coûts de réorganisations commerciales ou industrielles ; ces montants concernaient l'arrêt de certaines lignes de produits, la fermeture de points de vente jugés insuffisamment rentables et la réorganisation des activités de Glenmorangie ; cette dernière comportait notamment le désengagement progressif des activités pour compte de tiers et la cession d'actifs, en particulier le site industriel de Broxburn (Royaume-Uni) ainsi que la marque et la distillerie Glen Moray.

25. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Coût de la dette financière brute	(168)	(208)	(258)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	18	20	18
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(1)	1	(17)
Coût de la dette financière nette	(151)	(187)	(257)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	14	11	11
Part inefficace des dérivés de change	(96)	(46)	(64)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	865	(94)	53
Autres, nets	(20)	(26)	(24)
Autres produits et charges financiers	763	(155)	(24)
Résultat financier	612	(342)	(281)

Les produits de la trésorerie et des placements financiers comprennent les éléments suivants :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Revenus de la trésorerie et équivalents	12	11	15
Revenus des placements financiers	6	9	3
Produits de la trésorerie et des placements financiers	18	20	18

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux proviennent des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Dettes financières couvertes	(17)	(20)	(12)
Dérivés de couverture	15	20	11
Dérivés non affectés	1	1	(14)
Dettes comptabilisées selon l'option juste valeur	-	-	(2)
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(1)	1	(17)

La part inefficace des dérivés de change s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Coût financier des couvertures de change commerciales	(124)	(55)	(71)
Coût financier des couvertures d'actifs nets en devises	1	13	11
Variation de valeur de marché des dérivés non affectés	27	(4)	(4)
Part inefficace des dérivés de change	(96)	(46)	(64)

Le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers inclut un montant de 1 004 millions d'euros relatif aux opérations Hermès (voir Note 8 Investissements financiers). Ce montant représente le gain, net de frais enregistré lors du dénouement des contrats d'« equity linked swaps » ; il correspond à la différence entre la valeur de marché à cette date des titres acquis, et leur valeur sur la base du cours de bourse du 31 décembre 2009.

En 2010, hors opérations Hermès, ainsi qu'en 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. En 2008, il comprenait notamment la quote-part de LVMH dans la plus-value de cession du distributeur français de jeux vidéo Micromania, et diverses dépréciations d'investissements et placements financiers.

26. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

26.1 Analyse de la charge d'impôt

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Impôt courant de la période	(1 501)	(785)	(911)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	(5)	4	5
Impôt courant	(1 506)	(781)	(906)
Variation des impôts différés	35	(68)	13
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	2	-	-
Impôts différés	37	(68)	13
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(1 469)	(849)	(893)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	(3)	(30)	30

Le taux d'imposition effectif s'établit comme suit :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Résultat avant impôt	4 781	2 819	3 204
Charge totale d'impôt	(1 469)	(849)	(893)
Taux d'imposition effectif	30,7 %	30,1 %	27,9 %

26.2 Ventilation des impôts différés nets au bilan

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008 ⁽¹⁾
Impôts différés actifs	668	521	670
Impôts différés passifs	(3 354)	(3 117)	(3 113)
Impôts différés nets au bilan	(2 686)	(2 596)	(2 443)

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

26.3 Analyse de l'écart entre le taux d'imposition effectif et le taux d'imposition théorique

Le rapprochement entre le taux d'imposition théorique, qui est le taux légal applicable aux sociétés françaises, et le taux d'imposition effectif constaté dans les états financiers consolidés, s'établit de la façon suivante :

(en pourcentage du résultat avant impôt)	2010	2009	2008
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,4
Changements de taux d'impôt	(0,1)	-	-
Différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(5,4)	(6,4)	(5,8)
Résultats et reports déficitaires	(0,1)	(0,4)	(1,9)
Différences entre les résultats consolidés et imposables, et les résultats imposables à un taux réduit	1,5	2,0	0,9
Retenues à la source	0,4	0,5	0,3
Taux d'imposition effectif du Groupe	30,7	30,1	27,9

Depuis 2000, les sociétés françaises sont soumises à un supplément d'impôt dont le taux était de 3,3 % pour 2008, 2009 et 2010 portant ainsi le taux d'imposition théorique à 34,4 % pour chaque exercice.

26.4 Sources d'impôts différés

Au compte de résultat

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Évaluation des marques	(65)	(9)	(38)
Autres écarts de réévaluation	4	(11)	3
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	3	(5)	-
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	8	(4)	(3)
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	24	10	(12)
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	39	(20)	85
Autres retraitements de consolidation ⁽¹⁾	34	5	11
Reportes déficitaires	(10)	(34)	(33)
Total	37	(68)	13

En capitaux propres

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(71)	18	(59)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(22)	-	(7)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	14	(2)	19
Total	(79)	16	(47)

Au bilan

(en millions d'euros)	2010 ⁽³⁾	2009 ⁽³⁾	2008 ^{(2) (3)}
Évaluation des marques	(2 532)	(2 385)	(2 300)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(568)	(496)	(503)
Autres écarts de réévaluation	(370)	(330)	(300)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(48)	(21)	(23)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(1)	(22)	(14)
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	182	153	143
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	312	268	288
Autres retraitements de consolidation ⁽¹⁾	295	187	179
Reportes déficitaires	44	50	87
Total	(2 686)	(2 596)	(2 443)

(1) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

(2) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

(3) Actif / (Passif).

26.5 Reportes déficitaires

Au 31 décembre 2010, les reportes 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 290 millions d'euros (321 millions d'euros en 2009, 307 millions d'euros en 2008).

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.

Ce régime a généré une diminution de la charge d'impôt courant de 107 millions d'euros en 2010 (104 millions d'euros en 2009, et 117 millions d'euros en 2008).

• 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 82 millions d'euros en 2010 (96 millions d'euros en 2009, 96 millions d'euros en 2008).

27. RÉSULTAT PAR ACTION

	2010	2009	2008
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	3 032	1 755	2 026
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	490 124 174	490 076 711	489 958 810
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur la période	(13 253 254)	(16 479 636)	(16 403 997)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	476 870 920	473 597 075	473 554 813
Résultat par action (en euros)	6,36	3,71	4,28
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	476 870 920	473 597 075	473 554 813
Effet de dilution des plans d'options	2 868 777	1 240 950	2 055 859
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets dilutifs	479 739 697	474 838 025	475 610 672
Résultat par action après dilution (en euros)	6,32	3,70	4,26

Au 31 décembre 2010, la totalité des instruments en circulation susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution, toutes les options d'achat et de souscription en vie étant considérées comme exerçables à cette date, 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 2010 et la date d'arrêté des comptes.

28. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

28.1 Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Coût des services rendus	46	43	37
Effet de l'actualisation	31	30	23
Rendement attendu des actifs financiers dédiés	(19)	(16)	(18)
Amortissement des écarts actuariels	6	4	(11)
Coût des services passés	2	2	2
Modifications des régimes	-	-	(2)
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	66	63	31
Rendement/(coût) effectif des actifs financiers dédiés	24	46	(77)

28.2 Engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Droits couverts par des actifs financiers	685	573	549
Droits non couverts par des actifs financiers	140	142	113
Valeur actualisée des droits	825	715	662
Valeur de marché des actifs financiers	(488)	(420)	(351)
Écarts actuariels non comptabilisés au bilan	(78)	(58)	(79)
Coût des services passés non encore comptabilisés au bilan	(6)	(8)	(17)
Éléments non reconnus	(84)	(66)	(96)
Engagement net comptabilisé	253	229	215
Dont :			
Provisions à plus d'un an	261	240	230
Provisions à moins d'un an	9	8	6
Autres actifs	(17)	(19)	(21)
Total	253	229	215

28.3 Analyse de la variation de l'engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Éléments non reconnus	Engagement net comptabilisé
Au 31 décembre 2009	715	(420)	(66)	229
Charge de l'exercice	77	(19)	8	66
Prestations aux bénéficiaires	(39)	27	-	(12)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(35)	-	(35)
Contributions des employés	3	(3)	-	-
Variations de périmètre et reclassifications	(4)	1	1	(2)
Modifications des régimes	4	(1)	(3)	-
Écarts actuariels : effets d'expérience	(14)	(4)	18	-
Écarts actuariels : changements d'hypothèses	37	(1)	(36)	-
Effet des variations de taux de change	46	(33)	(6)	7
Au 31 décembre 2010	825	(488)	(84)	253

Les écarts actuariels liés aux effets d'expérience dégagés durant les exercices 2006 à 2009 se sont élevés à :

(en millions d'euros)	2006	2007	2008	2009
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur actualisée des droits	9	(1)	(2)	(16)
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur de marché des actifs financiers	(11)	-	96	(29)
Écarts actuariels liés aux effets d'expérience	(2)	(1)	94	(45)

Les hypothèses actuarielles retenues pour l'estimation des engagements au 31 décembre 2010 dans les principaux pays concernés sont les suivantes :

(en pourcentage)	2010				2009				2008			
	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon
Taux d'actualisation ⁽¹⁾	4,5	5,1	5,4	1,75	5,25	5,5	5,75	2,25	5,5	6,0	6,0	2,25
Taux de rendement moyen attendu des placements	4,0	7,75	6,0	4,0	4,0	7,75	5,75	4,0	4,5	7,75	5,75	4,0
Taux d'augmentation future des salaires	3,0	4,0	4,2	2,0	3,0	4,0	4,25	2,0	3,5	4,5	3,75	2,5

(1) 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 des placements se décompose de la façon suivante par type de placement :

(en pourcentage)	2010
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 7,8 % 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 47 millions d'euros de la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2010. Une réduction de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une augmentation de 39 millions d'euros de la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2010.

28.4 Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Indemnités de départ en retraite et assimilées	127	114	111
Frais médicaux des retraités	46	54	42
Médailles du travail	11	11	11
Retraites complémentaires	617	517	478
Prétraites	3	4	9
Autres	21	15	11
Valeur actualisée des droits	825	715	662

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
France	308	276	257
Europe (hors France)	265	219	196
États-Unis	147	144	126
Japon	93	65	74
Asie (hors Japon)	12	11	9
Valeur actualisée des droits	825	715	662

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2010 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 leur dernière rémunération ; il s'agit en outre des médailles du travail et indemnités de fin de carrière, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement après une certaine ancienneté ou lors du départ en retraite ;

- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de retraite à prestations définies mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe, 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, ainsi que la participation des sociétés suisses au régime légal de retraite (« Loi pour la Prévoyance Professionnelle ») ;

- 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 est la suivante :

(en pourcentage)	2010	2009	2008
Actions	45	42	43
Obligations			
- Émetteurs privés	23	27	36
- Émetteurs publics	18	19	13
Immobilier, trésorerie et autres actifs	14	12	8
Valeur de marché des actifs financiers dédiés	100	100	100

Ces actifs ne comportent pas de biens immobiliers exploités par le Groupe ni d'actions LVMH pour des montants significatifs.

Les montants complémentaires qui seront versés en 2011 pour la constitution de ces actifs sont estimés à 45 millions d'euros.

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

29.1 Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Raisins, vins et eaux-de-vie	1 139	1 336	1 671
Autres engagements d'achat de matières premières	67	68	64
Immobilisations industrielles ou commerciales	168	109	180
Titres de participation et investissements financiers	96	56	63

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achats auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont évalués, selon la nature des approvisionnements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés.

Au 31 décembre 2010, l'échéance de ces engagements se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux-de-vie	582	480	77	1 139
Autres engagements d'achat de matières premières	58	9	-	67
Immobilisations industrielles ou commerciales	79	89	-	168
Titres de participation et investissements financiers	2	88	6	96

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 2010, les engagements futurs minima non résiliables résultant des contrats de location simple et de redevances de concessions s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
À moins d'un an	885	846	772
De un à cinq ans	2 237	2 045	2 009
Au-delà de cinq ans	1 022	922	1 023
Engagements donnés au titre de locations simples et redevances de concessions	4 144	3 813	3 804
À moins d'un an	20	20	24
De un à cinq ans	42	32	50
Au-delà de cinq ans	5	6	8
Engagements reçus au titre de sous-locations	67	58	82

Locations financement

Au 31 décembre 2010, les engagements futurs non résiliables résultant des contrats de location financement s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010		2009		2008	
	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	24	24	29	31	25	25
De un à cinq ans	77	55	71	50	79	60
Au-delà de cinq ans	354	69	336	63	364	66
Total des paiements minima futurs	455		436		468	
Part représentative d'intérêts financiers	(307)		(292)		(317)	
Valeur actuelle des paiements minima futurs	148	148	144	144	151	151

29.3 Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2010, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Avals et cautions	46	69	59
Autres garanties	78	66	48
Garanties données	124	135	107
Garanties reçues	25	33	25

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

(en millions d'euros)	à moins d'un an	de un à cinq ans	au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	17	18	11	46
Autres garanties	37	40	1	78
Garanties données	54	58	12	124
Garanties reçues	20	2	3	25

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 en dehors 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 :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Achats de LVMH à Christian Dior	(13)	(16)	(19)
Montant dû au 31 décembre	(12)	(12)	(14)
Ventes de LVMH à Christian Dior	7	9	13
Montant à recevoir au 31 décembre	1	4	1

Relations de LVMH avec Groupe Arnault et Financière Agache

Groupe Arnault SAS fournit à LVMH des prestations d'assistance dans les domaines du développement, de l'ingénierie, du droit des affaires et de l'immobilier ; en outre, Groupe Arnault 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 :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Facturations de Groupe Arnault SAS et Financière Agache à LVMH	(5)	(5)	(5)
Montant dû au 31 décembre	-	(2)	-
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SAS et Financière Agache	2	2	2
Montant à recevoir au 31 décembre	-	-	1

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 20 % des frais communs en 2010 (20 % en 2009, 23 % en 2008), soit un montant de 9 millions d'euros en 2010 (17 millions d'euros en 2009 et 2008).

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 :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	56	51	51
Avantages post-emploi	10	10	9
Autres avantages à long terme	13	6	11
Indemnités de fin de contrat de travail	-	-	-
Coût des plans d'options et assimilés	24	22	19
Total	103	89	90

L'engagement comptabilisé au 31 décembre 2010 au titre des avantages post-emploi, net des actifs financiers dédiés, est de 18 millions d'euros (7 millions d'euros au 31 décembre 2009, 8 millions d'euros au 31 décembre 2008).

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2010 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'Administration, le 3 février 2011.

SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
VINS ET SPIRITUEUX							
MHCS SCS	Eprenay, France	100 %	66 %	Moët Hennessy Diageo Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Eprenay, France	100 %	66 %	Moët Hennessy Diageo Macau Ltd	Macao, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %
Société Viticole de Reims SA	Eprenay, France	100 %	66 %	Riche Monde (China) Ltd	Shanghai, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Eprenay, France	100 %	66 %	Moët Hennessy Diageo Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽³⁾	100 %	66 %
Chamfipar SA	Eprenay, France	100 %	66 %	Riche Monde Malaisie SDN BHD	Petalang Jaya, Malaisie ⁽³⁾	100 %	66 %
STM Vignes SAS	Eprenay, France	95 %	63 %	Riche Monde Taïpei Ltd	Taïpei, Taiwan ⁽³⁾	100 %	66 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %	Diageo Moët Hennessy Thailand Ltd	Bangkok, Thaïlande ⁽³⁾	100 %	66 %
Champagne Montaudon SARL	Reims, France	100 %	66 %	MH Champagne and Wines Korea Inc.	Ichon, Corée du Sud	100 %	66 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %	Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia Spa	Milan, Italie	100 %	66 %	Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %	Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taïpei, Taiwan	100 %	65 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %	MHD Chine Co. Ltd	Shanghai, Chine ⁽³⁾	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %	MHWH Limited	Limassol, Chypre	50 %	33 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %	Moët Hennessy Whitehall Russia SA	Moscou, Russie	100 %	33 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %	Moët Hennessy Vietnam Importation Co. Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	65 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %	Moët Hennessy Vietnam Distribution Co. Pte Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	51 %	33 %
Moët Hennessy Osterreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	66 %	Moët Hennessy Rus LLC	Moscou, Russie	100 %	66 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100 %	66 %	Moët Hennessy Diageo KK	Tokyo, Japon ⁽³⁾	100 %	66 %
Moët Hennessy Polska SP Z.O.O.	Varsovie, Pologne	100 %	66 %	Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %
Moët Hennessy Czech Republic Sro	Prague, République tchèque	100 %	66 %	Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %	Millennium Import LLC	Minneapolis, Minnesota, USA	100 %	66 %
Moët Hennessy România Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	66 %	Polmos Zyrardow	Zyrardow, Pologne	100 %	66 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %	The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	66 %	Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy Nederland BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	66 %	The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy USA, Inc	New York, USA	100 %	66 %	Wenjun Spirits Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ⁽³⁾	100 %	66 %	Wenjun Spirits Sales Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
Clicquot, Inc	New York, USA *	100 %	66 %	MODE ET MAROQUINERIE			
Opera Vineyards SA	Buenos Aires, Argentine ⁽¹⁾	50 %	33 %	Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Domaine Chandon, Inc	Yountville (Californie), USA	100 %	66 %	Manufacture de Souliers Louis Vuitton Srl	Fiesso d'Artico, Italie	100 %	100 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %	Louis Vuitton South Europe Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	66 %	Louis Vuitton Saint Barthélémy SNC	Saint Barthélémy, Antilles Françaises	100 %	100 %
Moët Hennessy do Brasil – Vinhos E Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %	Louis Vuitton Cantacilik Ticaret AS	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle-Zélande	100 %	66 %	Louis Vuitton Editeur SAS	Paris, France	100 %	100 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %	Louis Vuitton International SNC	Paris, France	100 %	100 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream Victoria, Australie	100 %	66 %	Les Ateliers de Pondichery Private Ltd	Pondichéry, Inde	100 %	100 %
Newton Vineyards LLC	St Helena (Californie), USA	90 %	59 %	Louis Vuitton India Holding Private Ltd	Bangalore, Inde	100 %	100 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	65 %	65 %	Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	64 %	64 %	Les Tanneries de la Comète SA	Estaimpuis, Belgique	60 %	60 %
Société Civile Cheval Blanc (SCCB)	Saint Emilion, France ⁽¹⁾	50 %	50 %	Louis Vuitton Bahrein	Manama, Bahrein ⁽⁴⁾	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾
La Tour du Pin SAS	Saint Emilion, France ⁽¹⁾	50 %	50 %	Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Jas Hennessy & Co. SCS	Cognac, France	99 %	65 %	Louis Vuitton Qatar LLC	Doha, Qatar	⁽⁴⁾	⁽⁴⁾
Distillerie de la Groie SARL	Cognac, France	100 %	65 %	Société des Magasins Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
SICA de Bagnolet	Cognac, France	100 %	3 %	Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
Sodepa SARL	Cognac, France	100 %	65 %	Belle Jardinière Immo SAS	Paris, France	100 %	100 %
Diageo Moët Hennessy BV	Amsterdam, Pays-Bas ⁽³⁾	100 %	66 %	Sedivem SNC	Paris, France	100 %	100 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %	Les Ateliers Horlogers Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Edward Dillon & Co. Ltd	Dublin, Irlande ⁽²⁾	40 %	26 %	Louis Vuitton Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %	ELV SNC	Paris, France	100 %	100 %
				Louis Vuitton Services Europe Sprl	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
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 %
Atepli – 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 Osterreich G.m.b.H	Vienne, Autriche	100 %	100 %
LV US Manufacturing, Inc	New York, USA	100 %	100 %
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
Louis Vuitton Hawaii, Inc	Honolulu (Hawaï), USA	100 %	100 %
Atlantic Luggage Company Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	40 %
Louis Vuitton Guam, Inc	Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan, Inc	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
Louis Vuitton Norge AS	Oslo, Norvège	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton Liban (Beyrouth) SAL	Beyrouth, Liban	100 %	100 %
Louis Vuitton Liban Holding SAL	Beyrouth, Liban	100 %	100 %
Louis Vuitton Vietnam Company Ltd	Hanoï, Vietnam	100 %	100 %
Louis Vuitton Suomyy 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 %
LVMH Fashion Group Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LV Trading Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (Philippines), Inc	Makati, Philippines	100 %	100 %
LVMH Fashion (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LV IOS Private Ltd	Singapour	100 %	100 %
PT Louis Vuitton Indonesia	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Louis Vuitton Taïwan, Ltd	Taipei, Taïwan	98 %	98 %
Louis Vuitton Australia, PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Louis Vuitton (China) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Mongolia LLC	Ulaan Baatar, Mongolie	100 %	100 %
LV New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Louis Vuitton Trading India Private Ltd	New Delhi, Inde	51 %	51 %
Louis Vuitton EAU LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(4)	(4)
Louis Vuitton FZCO	Dubaï, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Louis Vuitton Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Trading Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Hungaria Sarl	Budapest, Hongrie	100 %	100 %
Louis Vuitton Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
LV Colombia SA	Santafe de Bogota, Colombie	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100 %	100 %
Louis Vuitton South Africa Ltd	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
LVMH Fashion Group (Shanghai) Trading Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVJ Group KK	Tokyo, Japon	99 %	99 %
Louis Vuitton North America Inc.	New York, USA *	100 %	100 %
Louis Vuitton Canada, Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Marc Jacobs International, LLC	New York, USA *	96 %	96 %
Marc Jacobs International (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Marc Jacobs Trademark, LLC	New York, USA *	33 %	33 %
Marc Jacobs Japon KK	Tokyo, Japon	50 %	48 %
Marc Jacobs International Italia Srl	Milan, Italie	100 %	96 %
Marc Jacobs International France	Paris, France	100 %	99 %
Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Manufacturas Loewe SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Fashion Group France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hermanos UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Loewe Saipan, Inc	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
Loewe Guam, Inc	Guam	100 %	100 %
Loewe Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Loewe Commercial & Trading Co., LTD	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Loewe Fashion Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Loewe Fashion (M) SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Loewe Taïwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	98 %
Loewe Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Loewe Macao Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %
Société de Distribution Robert Estienne SNC	Paris, France	100 %	100 %
Manufattura Ferrarese Srl	Ferrare, Italie	100 %	100 %
Berluti LLC	New York, USA	100 %	100 %
Berluti UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Rossimoda Spa	Vigonza, Italie	97 %	97 %
Rossimoda USA Ltd	New York, USA	100 %	97 %
Rossimoda France SARL	Paris, France	100 %	97 %
Brenta Suole Srl	Vigonza, Italie	65 %	63 %
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Montaigne KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Interlux Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Celine SA	Paris, France	100 %	100 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	100 %
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	100 %
Celine Montaigne SA	Paris, France	100 %	100 %
Celine Monte-Carlo SA	Monte-Carlo, Monaco	100 %	100 %
Celine Production Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
Celine Inc.	New York, USA *	100 %	100 %	Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Celine Commercial & Trading (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Celine Guam Inc.	Tumon, Guam	100 %	100 %	Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Celine Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Celine Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	99 %	Fendi Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
CPC International Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Fun Fashion FZCO LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
CPC Macau Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Fendi Marianas, Inc	Tumon, Guam	100 %	100 %
LVMH FG Services UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fun Fashion Kuwait Co. W.L.L.	Koweït City, Koweït	(4)	(4)
Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
E-Kenzo SAS	Paris, France	60 %	60 %	Fendi Germany GmbH	Stuttgart, Allemagne	100 %	100 %
Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	Fun Fashion Napoli Srl	Rome, Italie	51 %	51 %
Kenzo Homme UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Fendi (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %	Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	(4)	(4)
Kenzo Accessories Srl	Lentate Sul Seveso, Italie	51 %	51 %	Interservices & Trading SA	Lugano, Suisse	100 %	100 %
Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %	Fendi Silk SA	Lugano, Suisse	51 %	51 %
Givenchy Corporation	New York, USA	100 %	100 %	Outshine Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Givenchy China Co. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Maxelle SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	51 %
Givenchy Shanghai Commercial and Trading Co., Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Taramax USA Inc.	New Jersey, USA	100 %	51 %
GCCL Macau Co. Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %	Primetime Inc.	New Jersey, USA	100 %	51 %
Gabrielle Studio, Inc	New York, USA	100 %	100 %	Taramax SA	Neuchâtel, Suisse	51 %	51 %
Donna Karan International Inc.	New York, USA*	100 %	100 %	Taramax Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	51 %
The Donna Karan Company LLC	New York, USA	100 %	100 %	Support Retail Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	100 %	Emilio Pucci Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Donna Karan Company Store Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %	Emilio Pucci International BV	Baarn, Pays-Bas	67 %	67 %
Donna Karan Studio LLC	New York, USA	100 %	100 %	Emilio Pucci, Ltd	New York, USA	100 %	100 %
The Donna Karan Company Store LLC	New York, USA	100 %	100 %	Emilio Pucci Hong Kong Co. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	EP (Shanghai) Commercial Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Emilio Pucci UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Company Store (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	Thomas Pink Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Donna Karan (Italy) Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Thomas Pink Inc.	New York, USA *	100 %	100 %
Donna Karan (Italy) Production Services Srl	Milan, Italie	100 %	100 %	Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Fendi International BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %	Thomas Pink Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Fen Fashion Hellas SA	Athènes, Grèce	51 %	51 %	Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Fendi Prague S.r.o.	Prague, République tchèque	100 %	100 %	Thomas Pink Canada Inc.	Toronto, Canada	100 %	100 %
Fun Fashion Qatar	Doha, Qatar	(4)	(4)	Edu Apparel Ltd	Dublin, Irlande (2)	49 %	49 %
Fendi International SA	Paris, France	100 %	100 %	Nowness, LLC	New York, USA *	100 %	100 %
Fun Fashion Emirates LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	(4)	(4)	PARFUMS ET COSMÉTIQUES			
Fendi SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %	Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
Fun Fashion Bahrain WLL	Manama, Bahreïn	(4)	(4)	LVMH P&C Thailand Co. Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %
Fendi Srl	Rome, Italie	100 %	100 %	LVMHParfums&Cosmétiques do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Fendi Dis Ticaret LSi	Istanbul, Turquie	100 %	100 %	France Argentine Cosmetics SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
Fendi Adele Srl	Rome, Italie	100 %	100 %	LVMH P&C Shanghai Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Fendi Italia Srl	Rome, Italie	100 %	100 %	Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Fendi U.K. Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %	LVMH P&C Inc.	New York, USA	100 %	100 %
Fendi France SAS	Paris, France	100 %	100 %	SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
Fendi North America Inc.	New York, USA *	100 %	100 %	LVMH Fragrances & Cosmetics (Sinpagore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Fendi Guam Inc.	Tumon, Guam	100 %	100 %	Parfums Christian Dior Orient Co.	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Fendi (Thailand) Company Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %	Parfums Christian Dior Emirates	Dubaï, Émirats Arabes Unis	51 %	31 %
Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	EPCD SP.ZO.O.	Varsovie, Pologne (2)	20 %	20 %
Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %	Parfums Christian Dior (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
				Parfums Christian Dior BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
				Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Parfums Christian Dior S.A.B.	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas S.A.	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A.G.	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes LLC	New York, USA	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Canada Inc.	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH P&C de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Japon K.K.	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Parfums Christian Dior China	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn berhad Inc.	Kuala-Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fa Hua Hong Kong Co., Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Pardior SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A/S Ltd	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
LVMH Perfumes & Cosmetics Group Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AS Ltd	Hoevik, Norvège	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AB	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (New Zealand) Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior GmbH Austria	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Cosmetic of France Inc.	Miami (Floride), USA	100 %	100 %
GIE LVMH Recherche	Saint-Jean-de Braye, France	100 %	100 %
GIE Parfums et Cosmétiques Information Services - PCIS	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Perfumes Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Acqua Di Parma Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Acqua Di Parma LLC	New York, USA	100 %	100 %
Guerlain SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Parfums & Kosmetik Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Guerlain GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Guerlain SA (Belgique)	Fleurus, Belgique	100 %	100 %
Guerlain Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Perfumes e Cosmetica Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Guerlain SA (Suisse)	Genève, Suisse	100 %	100 %
Guerlain Inc.	New York, USA	100 %	100 %
Guerlain Canada Ltd	Montréal, Canada	100 %	100 %
Guerlain De Mexico SA	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Guerlain Asia Pacific Ltd (Hong Kong)	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	100 %
Make Up For Ever UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Make Up For Ever LLC	New York, USA *	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Parfums Givenchy Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Givenchy GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Parfums Givenchy LLC	New York, USA *	100 %	100 %
Parfums Givenchy Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
Parfums Givenchy KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Givenchy WHD, Inc	New York, USA *	100 %	100 %
LVMH P&K GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Kenzo Parfums NA LLC	New York, USA *	100 %	100 %
Kenzo Parfums Singapore	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	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Fresh Inc.	Boston (Massachusetts), USA	80 %	80 %
Fresh Cosmetics Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
LVMH Cosmetics Services KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %

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 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %
Chaumet Monte-Carlo SAM	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Chaumet Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Italy Spa	Milan, Italie	100 %	100 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
LVMH W&J Services (Suisse) SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %
Joaillerie de Monaco SA	Monte Carlo, Monaco	100 %	100 %
Fred Inc.	Beverly Hills (Californie), USA *	100 %	100 %
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Dior Montres SARL	Paris, France ⁽¹⁾	50 %	50 %
Les Ateliers Horlogers Dior SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse ⁽¹⁾	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.	Fr Lauderdale, USA	100 %	100 %
Hublot Japan KK Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
De Beers LV Ltd	Londres, Royaume-Uni ⁽¹⁾	50 %	50 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE		SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT			CONTRÔLE	INTÉRÊT
DISTRIBUTION SÉLECTIVE							
Sephora SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %	DFS Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %	Gateshire Marketing Sdn Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
LVMH Iberia SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %	DFS Merchandising Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
LVMH Italia Spa	Milan, Italie	100 %	100 %	DFS New Caledonia Sarl	Nouméa, Nouvelle Calédonie	100 %	61 %
Sephora Portugal Perfumaria Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %	DFS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	61 %
Sephora Pologne Spzoo	Varsovie, Pologne	100 %	100 %	TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande ⁽²⁾	45 %	28 %
Sephora Marinopoulos SA	Alimos, Grèce ⁽¹⁾	50 %	50 %	Commonwealth Investment Company, Inc	Saipan, Iles Mariannes	97 %	59 %
Sephora Marinopulos Romania SA	Bucarest, Roumanie ⁽¹⁾	100 %	50 %	DFS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Sephora S.R.O.	Prague, République tchèque	100 %	100 %	Kinkai Saipan L.P.	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %	Saipan International Boutique Partners	Saipan, Iles Mariannes ⁽²⁾	50 %	31 %
Sephora Cosmetics España	Madrid, Espagne ⁽¹⁾	50 %	50 %	DFS Palau Ltd	Koror, Palau	100 %	61 %
S+	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %	Difusi Information Technology & Development Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	61 %
Sephora Marinopoulos Bulgaria EOOD	Sofia, Bulgarie ⁽¹⁾	100 %	50 %	DFS Information Technology (Shanghai) Company Limited	Shanghai, Chine	100 %	61 %
Sephora Marinopoulos Cyprus Ltd	Nicosie, Chypre ⁽¹⁾	100 %	50 %	Hainan DFS Retail Company Limited	Hainan, Chine	100 %	61 %
Sephora Unitim Kozmetik AS	Istanbul, Turquie	100 %	100 %	DFS Galleria Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Perfumes & Cosmetics Gran Via SL	Madrid, Espagne ⁽¹⁾	45 %	45 %	DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Sephora Marinopoulos D.O.O.	Zagreb, Croatie ⁽¹⁾	100 %	50 %	Tou You Duty Free Shop Co. Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
Sephora Marinopoulos Cosmetics D.O.O.	Belgrade, Serbie ⁽¹⁾	100 %	50 %	DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
Sephora Nederland BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %	DFS Trading Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
Sephora Moyen Orient SA	Fribourg, Suisse	60 %	60 %	DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
Sephora Middle East FZE	Dubaï, Émirats Arabes Unis	100 %	60 %	TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ⁽²⁾	45 %	28 %
Sephora Holding Asia	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Singapore International Boutique Partners	Singapour ⁽²⁾	50 %	31 %
Sephora (Shanghai) Cosmetics Co. Ltd	Shanghai, Chine	81 %	81 %	DFS India Private Ltd	Mumbai, Inde	70 %	43 %
Sephora (Beijing) Cosmetics Co. Ltd	Beijing, Chine	81 %	81 %	DFS Vietnam (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
Sephora Hong Kong	Hong Kong, Chine	100 %	100 %	New Asia Wave International (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
Sephora Singapore Pte Ltd	Singapour	60 %	60 %	IPP Group (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
Sephora USA, Inc	San Francisco (Californie), USA *	100 %	100 %	Stempar Pte Ltd	Singapour ⁽²⁾	50 %	31 %
Sephora Beauty Canada, Inc	San Francisco (Californie), USA	100 %	100 %	L Development & Management Ltd	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	40 %	53 %
Sephora Puerto Rico, LLC	San Francisco (Californie), USA	100 %	100 %	DFS Group L.P.	Delaware, USA	61 %	61 %
Kendo Group Inc.	San Francisco (Californie), USA	100 %	100 %	LAX Duty Free Joint Venture 2000	Los Angeles (Californie), USA	77 %	47 %
Dotcom group Comercio de Presentes SA	Rio de Janeiro, Brésil	70 %	70 %	Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, USA	100 %	61 %
United Europe S.B.	Moscou, Russie ⁽²⁾	45 %	45 %	Hawaii International Boutique Partners	Honolulu (Hawaï), USA ⁽²⁾	50 %	31 %
Galonta Holdings Limited	Nicosie, Chypre ⁽²⁾	45 %	45 %	JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, USA	80 %	49 %
Beauty in Motion Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	60 %	60 %	DFS Guam L.P.	Tamuning, Guam	61 %	61 %
Le Bon Marché SA	Paris, France	100 %	100 %	Guam International Boutique Partners	Tamuning, Guam ⁽²⁾	50 %	31 %
SEGEP SNC	Paris, France	99 %	99 %	DFS Liquor Retailing Ltd	Delaware, USA	61 %	61 %
Franck & Fils SA	Paris, France	100 %	100 %	Twenty Seven - Twenty Eight Corp.	Delaware, USA	61 %	61 %
DFS Holdings Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %	TRS Hawaii LLC	Honolulu (Hawaï), USA ⁽²⁾	45 %	28 %
DFS Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %	TRS Saipan	Saipan, Iles Mariannes ⁽²⁾	45 %	28 %
Travel Retail Shops Pte Ltd	Sydney, Australie ⁽²⁾	45 %	28 %	TRS Guam	Tumon, Guam ⁽²⁾	45 %	28 %
DFS Group Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %	Tumon Entertainment LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
DFS China Partners Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %	Comete Guam Inc.	Tamuning, Guam	100 %	100 %
DFS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %	Tumon Aquarium LLC	Tamuning, Guam	97 %	97 %
TRS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ⁽²⁾	45 %	28 %	Comete Saipan Inc.	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
DFS Okinawa K.K.	Okinawa, Japon	100 %	61 %	Tumon Games LLC	Tamuning, Guam	100 %	100 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon ⁽²⁾	45 %	28 %	Cruise Line Holdings Co.	Delaware, USA	100 %	100 %
JAL/DFS Co., Ltd	Chiba, Japon ⁽²⁾	40 %	24 %	On Board Media, Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
DFS Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %	Starboard Cruise Services, Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %	Starboard Holdings Ltd	Delaware, USA	100 %	100 %
DFS Cotai Limitada	Macao, Chine	100 %	61 %	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 ⁽¹⁾	33 %	33 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
AUTRES ACTIVITÉS			
Groupe Les Echos SA	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
Prélude & Fugue	Paris, France ⁽²⁾	49 %	49 %
DI Régie SAS	Paris, France	100 %	100 %
SFPA SARL	Paris, France	100 %	100 %
La Fugue SAS	Paris, France	75 %	75 %
Les Echos SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Formation SAS	Paris, France	100 %	100 %
Hera SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Médias SNC	Paris, France	100 %	100 %
Percier Publications SNC	Paris, France	100 %	100 %
EUROSTAF - Europe Stratégie Analyse Financière SAS	Paris, France	100 %	100 %
Investir Publications SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Développement SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Editions SAS	Paris, France	100 %	100 %
Magasins de la Samaritaine SA	Paris, France	99 %	99 %
Royal Van Lent Shipyard BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	90 %
RVL Holding BV	Baarn, Pays-Bas	90 %	90 %
Proinvest SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Ufipar SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sofidiv SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Boulogne-Billancourt, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Boulogne-Billancourt, France	66 %	66 %
LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
UFIP (Ireland)	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Moët Hennessy Investissements SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	66 %
LVMH Fashion Group SA	Paris, France	100 %	100 %
Moët Hennessy International SAS	Boulogne-Billancourt, France	66 %	66 %
Creare	Luxembourg, Luxembourg	100 %	86 %
Société Montaine Jean Goujon SAS	Paris, France	100 %	100 %
Delphine SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Primae SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Eutrope SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %

SOCIÉTÉS	SIÈGE SOCIAL	POURCENTAGE	
		CONTRÔLE	INTÉRÊT
Flaviv Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %
LBD HOLDING SA	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
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 %
LVMH Hotel Management SAS	Boulogne-Billancourt, France	100 %	100 %
Altair Holding LLC	New York, USA *	100 %	100 %
Moët Hennessy Inc.	New York, USA *	100 %	66 %
One East 57 th Street LLC	New York, USA *	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton Inc.	New York, USA *	100 %	100 %
Moët Hennessy Acquisition Sub Inc.	New York, USA *	100 %	100 %
Sofidiv Arr Trading LLC	New York, USA *	100 %	100 %
Sofidiv Inc.	New York, USA *	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp	New York, USA *	100 %	100 %
1896 Corp	New York, USA *	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %
LVP Holding BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Services BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %
LVMH Finance Belgique	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Hannibal SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
L Real Estate SA	Luxembourg, Luxembourg ⁽²⁾	49 %	49 %
Ufilug SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
Delphilug SA	Luxembourg, Luxembourg	100 %	100 %
Hanninvest SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
LVMH Publica SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Sofidiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Osaka Fudosan Company Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Shanghai Management and Consultancy Co., Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH South & South East Asia Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	Paris, France		Société mère

* L'adresse mentionnée correspond au siège administratif des sociétés, l'immatriculation du siège social étant dans l'état du Delaware.

(1) Société consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle

(2) Société intégrée par mise en équivalence

(3) Société constituée en joint-venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy

(4) 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 2010, 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 d'un test de perte de valeur réalisé 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 minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne.

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, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON SA

	<i>Page</i>
BILAN	186
COMPTE DE RÉSULTAT	188
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	189
RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES	190
ANNEXE AUX COMPTES	191
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE	205
FILIALES ET PARTICIPATIONS	205
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS	206
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	208

BILAN

ACTIF

(en millions d'euros)						
	Notes	2010			2009	2008
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
ACTIF IMMOBILISÉ						
Immobilisations incorporelles						
Frais d'établissement		-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles		-	-	-	-	-
Immobilisations corporelles						
Vignobles et autres terrains	9	34,8	-	34,8	33,7	32,4
Constructions		-	-	-	-	-
Installations techniques, matériels		-	-	-	-	-
Autres immobilisations corporelles		8,6	(1,1)	7,5	7,7	7,9
Avances et acomptes		-	-	-	-	-
Immobilisations financières						
Participations	10	14 231,2	(1 508,4)	12 722,8	11 644,5	10 926,0
Créances rattachées à des participations	11	-	-	-	130,2	3 116,8
Autres titres immobilisés		-	-	-	-	-
Prêts		-	-	-	-	-
Actions LVMH	13	459,9	-	459,9	560,9	504,7
Autres immobilisations financières		0,1	-	0,1	0,1	0,2
		14 734,6	(1 509,5)	13 225,1	12 377,1	14 588,0
ACTIF CIRCULANT						
Avances et acomptes versés		-	-	-	-	-
Clients		-	-	-	-	-
Autres créances	12	410,6	(16,7)	393,9	380,4	936,9
Actions LVMH	13	134,7	-	134,7	258,0	302,1
Valeurs mobilières de placement		-	-	-	-	-
Disponibilités		64,6	-	64,6	25,0	113,1
COMPTES DE RÉGULARISATION						
Charges constatées d'avance		0,2	-	0,2	1,8	2,9
		610,1	(16,7)	593,4	665,2	1 355,0
Charges à répartir sur plusieurs exercices		-	-	-	-	-
Primes de remboursement des obligations		6,9	-	6,9	10,8	10,0
Écarts de conversion actif	14	162,5	-	162,5	66,1	65,7
TOTAL ACTIF		15 514,1	(1 526,2)	13 987,9	13 119,2	16 018,7

PASSIF

<i>(en millions d'euros)</i>		Notes	2010	2009	2008
			Avant affectation	Avant affectation	Avant affectation
CAPITAUX PROPRES					
Capital social (dont versé : 147,2)	15		147,2	147,1	147,0
Primes d'émission, de fusion et d'apport	15		1 781,9	1 763,1	1 737,1
Écarts de réévaluation	16		41,5	41,5	41,5
Réserve légale			14,7	14,7	14,7
Réserves réglementées	16		331,3	331,3	331,3
Autres réserves	16		195,0	195,0	195,0
Report à nouveau			2 595,8	2 943,9	2 802,3
Acompte sur dividendes			(335,2)	(166,0)	(165,6)
Résultat de l'exercice			2 317,9	436,1	898,9
Provisions réglementées			0,1	0,1	0,1
	15		7 090,2	5 706,8	6 002,3
PROVISIONS					
	18				
Provisions pour risques			759,4	455,2	475,4
Provisions pour charges			31,5	28,0	29,1
			790,9	483,2	504,5
AUTRES PASSIFS					
	19				
Emprunts obligataires			3 544,2	4 165,8	2 866,6
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit			172,5	155,7	615,9
Emprunts et dettes financières divers			2 211,2	2 173,1	5 479,1
Dettes fournisseurs et comptes rattachés			108,9	82,0	84,2
Dettes fiscales et sociales			54,0	52,1	32,7
Autres dettes			15,7	300,4	368,1
COMPTES DE RÉGULARISATION					
Produits constatés d'avance			0,3	-	65,3
			6 106,8	6 929,1	9 511,9
Écarts de conversion passif			-	0,1	-
TOTAL PASSIF			13 987,9	13 119,2	16 018,7

COMPTE DE RÉSULTAT

(en millions d'euros)	Notes	2010	2009	2008
Produits financiers de participations		1 983,4	1 075,6	1 173,1
Prestations de services, autres revenus		188,4	186,2	195,9
Produits financiers de participations et autres revenus	3	2 171,8	1 261,8	1 369,0
Reprises d'amortissements et provisions	18	37,5	88,2	38,9
Autres produits d'exploitation		-	-	-
Total des produits d'exploitation		2 209,3	1 350,0	1 407,9
Autres achats et charges externes		218,7	207,8	204,6
Impôts, taxes et versements assimilés		3,3	4,4	3,7
Rémunérations, charges sociales et assimilés		75,2	80,4	78,0
Dotations aux amortissements		0,2	0,2	0,2
Dotations aux provisions	18	20,3	39,1	82,9
Autres charges		0,9	1,3	1,1
Total des charges d'exploitation		318,6	333,2	370,5
Reprises de provisions et transferts de charges	18	158,5	106,9	12,0
Intérêts et produits assimilés	4	5,0	51,9	195,5
Différences positives de change	5	363,3	2 604,7	2 616,6
Produits nets de cessions de valeurs mobilières de placement		7,8	7,1	5,7
Total des produits financiers		534,6	2 770,6	2 829,8
Dotations aux provisions	18	207,9	61,4	217,9
Intérêts et charges assimilées	6	283,5	234,0	356,7
Différences négatives de change	5	432,4	2 478,9	2 655,4
Charges nettes de cessions de valeurs mobilières de placement		1,3	1,0	14,2
Total des charges financières		925,1	2 775,3	3 244,2
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		1 500,2	1 012,1	623,0
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		-	0,6	91,6
Produits exceptionnels sur opérations en capital		-	-	-
Reprises de provisions et transferts de charges	18	936,2	14,3	102,1
Total des produits exceptionnels		936,2	14,9	193,7
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		-	2,4	4,0
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		-	0,5	56,2
Dotations aux amortissements et provisions	18	223,4	603,1	105,2
Total des charges exceptionnelles		223,4	606,0	165,4
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	7	712,8	(591,1)	28,3
(Produit)/Charge d'impôt sur les bénéfices	8	(104,9)	(15,1)	(247,6)
RÉSULTAT NET		2 317,9	436,1	898,9

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
EXPLOITATION			
Résultat net	2 317,9	436,1	898,9
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	(880,7)	582,2	63,9
Variation des autres provisions	210,1	(87,8)	191,7
Plus ou moins-values de cessions d'actifs immobilisés et actions LVMH	(33,9)	(6,1)	61,7
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	1 613,4	924,4	1 216,2
Variation des comptes courants intra-Groupe	168,4	(319,3)	830,6
Variation des autres créances et dettes	(265,0)	253,7	(263,5)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	1 516,8	858,8	1 783,3
INVESTISSEMENT			
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(1,1)	(1,2)	(4,5)
Acquisition de titres de participation	-	(0,1)	(0,1)
Cession de titres de participation et opérations assimilées	-	-	3,0
Souscription aux augmentations de capital de filiales	(197,3)	(1 100,5)	(1 450,0)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(198,4)	(1 101,8)	(1 451,6)
FINANCEMENT			
Augmentation de capital	120,0	26,1	0,8
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	155,7	48,2	(86,2)
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(953,5)	(757,7)	(757,6)
Émission ou souscription de dettes financières	119,8	1 437,3	1 328,1
Remboursement de dettes financières	(720,8)	(599,0)	(893,0)
(Acquisition) / Cession de valeurs mobilières de placement cotées	-	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(1 278,8)	154,9	(407,9)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	39,6	(88,1)	(76,2)
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	25,0	113,1	189,3
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	64,6	25,0	113,1

RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)	2006	2007	2008	2009	2010
1. Capital					
• Montant du capital	147,0	147,0	147,0	147,1	147,2
• Nombre d'actions ordinaires existantes	489 937 410	489 937 410	489 937 410	490 405 654	490 642 232
• Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	6 426 534	8 015 393	9 569 660	10 214 500	8 084 215
2. Opérations et résultats de l'exercice					
• Produits financiers de participations et autres revenus	1 123,0	917,1	1 369,0	1 261,8	2 171,8
• Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	804,7	962,8	904,5	915,3	1 532,6
• (Produit) / Charge d'impôts sur les bénéfices ⁽¹⁾	-	-	-	-	-
• Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions) ⁽²⁾	1 027,5	783,4	898,9	436,1	2 317,9
• Résultat distribué ⁽³⁾	685,9	783,9	783,9	809,2	1 030,3
3. Résultats par action					
• Résultat après impôts, mais avant charges calculées (amortissements et provisions)	1,44	1,95	1,64	1,90	3,34
• Résultat après impôt et charges calculées (amortissements et provisions) ⁽²⁾	2,10	1,60	1,83	0,89	4,72
• Dividende brut distribué à chaque action ⁽⁴⁾	1,40	1,60	1,60	1,65	2,10
4. Personnel					
• Effectif moyen (en nombre)	24	25	26	23	22
• Montant de la masse salariale	31,0	33,8	59,8	64,5	61,4
• Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	9,0	10,7	18,2	15,9	13,8

(1) Hors effets de la convention d'intégration fiscale.

(2) Après effets de la convention d'intégration fiscale.

(3) 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 2010, montant proposé à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011.

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

ANNEXE AUX COMPTES

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.

Jusqu'en octobre 2009, LVMH centralisait la trésorerie en euros et en devises ainsi que les besoins de financement de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes, et assurait la gestion du risque de taux sur la dette financière.

LVMH centralisait également les couvertures de change de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes, les contrats de change conclus par celles-ci avec LVMH étant répercutés de façon symétrique sur le marché, en termes de nature de contrat, devise, montant et échéance.

Les variations de structure financière constatées d'un exercice à l'autre, ainsi que le montant des pertes et gains de change apparaissant dans le compte de résultat, reflétaient essentiellement ces opérations.

Ces fonctions sont désormais assurées par une filiale ; LVMH conserve la gestion de la dette financière à long terme du Groupe et du risque de taux associé, ainsi que les opérations de change pour son propre compte.

La structure financière aux 31 décembre 2010 et 2009 reflète ces changements : en octobre 2009, les créances rattachées à des participations et les emprunts auprès d'entreprises liées résultant de la convention de centralisation de trésorerie ont été soldés et les contrats de change souscrits pour le compte des filiales ont été résiliés. Le compte de résultat enregistre les effets de la centralisation de trésorerie et des opérations de couverture de change pour compte des filiales jusqu'en octobre 2009.

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.

Cependant, compte tenu de l'activité exclusivement financière et foncière de la Société, les dividendes perçus des filiales et participations sont classés en produits d'exploitation, ainsi que les quotes-parts de résultats bénéficiaires de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés.

2.2 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 résultat exceptionnel.

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, le jour de leur 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, 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, 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 Rémunérations, charges sociales et assimilés, 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, 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 intérêts et charges ou produits assimilés s'il s'agit d'instruments de taux.

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.

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 de façon définitive 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 prorata 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.

3. PRODUITS FINANCIERS DE PARTICIPATIONS ET AUTRES REVENUS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Produits financiers de filiales et participations :			
- dividendes perçus de sociétés françaises	1 754,0	900,9	852,7
- quote-part de résultats de sociétés françaises « transparentes »	229,4	174,7	320,4
	1 983,4	1 075,6	1 173,1
Revenus fonciers	6,5	6,5	6,7
Prestations de services	181,9	179,7	189,2
	2 171,8	1 261,8	1 369,0

L'augmentation des produits financiers des filiales et participations provient d'une distribution exceptionnelle de la filiale Sofidiv SAS, d'un montant de 752,6 millions d'euros.

Les revenus fonciers proviennent de la location à des sociétés du Groupe de vignobles champenois dont LVMH a la propriété.

Les prestations de services sont constituées de prestations d'assistance aux filiales (Voir 1. - Activité de la Société) et de refacturations de frais engagés par LVMH pour compte de ces dernières.

4. INTÉRÊTS ET PRODUITS ASSIMILÉS

Les intérêts et produits assimilés se décomposent comme décrit ci-dessous :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Produits des prêts et avances aux entreprises liées	1,0	48,7	178,6
Revenus de placements et autres produits financiers	4,0	3,2	16,9
	5,0	51,9	195,5

5. RÉSULTAT DE CHANGE

Le résultat de change est constitué des pertes et gains générés par les instruments dérivés de change souscrits dans le cadre des opérations décrites en Note 20.

6. INTÉRÊTS ET CHARGES ASSIMILÉES

L'évolution des intérêts et charges assimilées s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Intérêts et primes sur emprunts obligataires	118,9	130,4	114,5
Intérêts sur comptes courants et avances des entreprises liées	39,4	33,0	152,4
Intérêts sur emprunts bancaires	6,1	13,7	17,9
Intérêts sur billets de trésorerie	-	12,4	50,9
Actions LVMH : primes sur calls exercés ⁽¹⁾	90,2	10,6	7,9
Autres intérêts et charges financières	28,9	33,9	13,1
	283,5	234,0	356,7

(1) Voir Note 18.

7. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Le résultat exceptionnel de 2010 inclut une reprise nette de dépréciation des participations de 881 millions d'euros, reprise liée à l'effet de la variation du dollar US sur la valorisation des filiales américaines et, de façon plus générale, à l'augmentation de valeur des participations résultant de la forte reprise de l'activité en 2010. Il inclut en outre une dotation aux provisions pour risques généraux d'un montant de 168 millions d'euros.

En 2009, le résultat exceptionnel était constitué pour l'essentiel de la variation des dépréciations des titres de participations.

En 2008, LVMH avait acquis pour un montant symbolique, en vertu d'une option d'achat, les titres à durée indéterminée (TDI) émis en 1992, annulés immédiatement après leur acquisition. Le résultat exceptionnel de l'exercice 2008 incluait un profit de 89 millions d'euros du montant non amorti des TDI à cette date.

8. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

8.1 Convention d'intégration fiscale

LVMH est société mère d'un groupe fiscal constitué avec certaines de ses filiales françaises (Art. 223 A et suivants du CGI). La convention d'intégration ne modifie pas, le plus souvent, la charge d'impôt ou le droit au bénéfice des reports déficitaires des filiales concernées ; leur situation fiscale vis-à-vis de LVMH reste en effet identique à celle qui résulterait d'une imposition séparée, tant que ces filiales sont membres de l'intégration. L'économie ou la charge complémentaire d'impôt, du montant de la différence entre 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 2010, dans le cadre de cette convention, le montant des déficits fiscaux potentiellement restituables par LVMH aux filiales intégrées s'élève à 3 506 millions d'euros, dont 2 824 restituables à des sociétés holdings structurellement déficitaires.

8.3 Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2010 à un montant net débiteur de 30 millions d'euros, dont 6 millions d'euros au titre de différences temporaires devant se renverser en 2011.

8.2 Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les bénéfices se ventile de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Résultat avant impôt	(Charge) / Produit d'impôt	Résultat net
Résultat courant	1 500,2	56,5	1 556,7
Résultat exceptionnel	712,8	-	712,8
	2 213,0	56,5	2 269,5
Impôt sur exercices antérieurs	-	3,9	3,9
Incidence de l'intégration fiscale	-	44,5	44,5
	2 213,0	104,9	2 317,9

9. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

(en millions d'euros)	2010
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2009	41,4
Investissements	1,1
Cessions et mises hors service	-
Variation nette des amortissements	(0,2)
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2010	42,3

10. PARTICIPATIONS

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Valeur brute du portefeuille de participations	14 231,2	14 033,9	12 733,4
Dépréciation	(1 508,4)	(2 389,4)	(1 807,4)
Valeur nette du portefeuille de participations	12 722,8	11 644,5	10 926,0

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

En novembre 2010, LVMH a souscrit la totalité de l'augmentation de capital de la société de portefeuille Eley Finance SA pour un montant de 165 millions d'euros.

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 18.

11. CRÉANCES RATTACHÉES À DES PARTICIPATIONS

La variation de l'encours des créances rattachées à des participations provient des modifications de l'activité de LVMH en 2009, tel que décrit en Note 1.

12. AUTRES CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	2010			2009	2008
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Créances sur des entreprises liées	312,7	-	312,7	188,1	551,6
dont : comptes courants d'intégration fiscale	83,4	-	83,4	13,4	56,7
quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir	229,3	-	229,3	174,7	320,4
primes payées sur options de change	-	-	-	-	147,4
Créances sur l'État	15,2	-	15,2	141,7	129,0
Autres créances	82,7	(16,7)	66,0	50,6	256,3
dont : primes payées sur options de change	-	-	-	-	200,8
actions LVMH : primes payées sur calls	12,2	(12,2)	-	-	-
	410,6	(16,7)	393,9	380,4	936,9

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 13.2 – Instruments dérivés sur actions LVMH).

13. ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS

13.1 Actions LVMH

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2010, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010			2009	2008
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Plans d'options de souscription	429,1	-	429,1	503,5	446,4
Autres affectations	30,8	-	30,8	1,4	2,3
En voie d'annulation	-	-	-	56,0	56,0
Titres immobilisés	459,9	-	459,9	560,9	504,7
Plans d'options d'achat	41,2	-	41,2	222,5	225,3
Plans d'attribution d'actions gratuites	41,8	-	41,8	25,4	22,9
Plans futurs	39,3	-	39,3	4,5	38,1
Contrat de liquidité	12,4	-	12,4	5,6	15,8
Valeurs mobilières de placement	134,7	-	134,7	258,0	302,1

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

	Titres immobilisés							
	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	10 682 744	503,5	29 623	1,4	820 000	56,0	11 532 367	560,9
Achats	-	-	-	-	-	-	-	-
Transferts	(633 251)	(29,4)	633 251	29,4	-	-	-	-
Annulations	(955 900)	(45,0)	-	-	(820 000)	(56,0)	(1 775 900)	(101,0)
Au 31 décembre	9 093 593	429,1	662 874	30,8	-	-	9 756 467	459,9

	Valeurs mobilières de placement							
	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	3 932 912	222,5	538 814	29,9	76 000	5,6	4 547 726	258,0
Achats	2 370 200	195,7	-	-	2 411 215	222,2	4 781 415	417,9
Cessions	-	-	-	-	(2 387 215)	(215,4)	(2 387 215)	(215,4)
Transferts	(1 078 800)	(60,4)	1 078 800	60,4	-	-	-	-
Levées d'options	(4 608 830)	(316,6)	-	-	-	-	(4 608 830)	(316,6)
Attribution d'actions	-	-	(149 590)	(9,2)	-	-	(149 590)	(9,2)
Au 31 décembre	615 482	41,2	1 468 024	81,1	100 000	12,4	2 183 506	134,7

La plus-value dégagée par les cessions dans le cadre du contrat de liquidité s'est élevée à 6,5 millions d'euros. Au 31 décembre 2010, la valeur boursière des actions détenues dans ce cadre est de 12,4 millions d'euros.

13.2 Instruments dérivés sur actions LVMH

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 (en millions d'euros)
Au 31 décembre 2009	2 670 200	109,8
Achats	-	-
Exercices	(2 370 200)	(97,6)
Au 31 décembre 2010	300 000	12,2

Les calls en vie au 31 décembre 2010 sont exerçables à tout instant selon l'échéancier suivant :

	Prix d'exercice total	
(en millions d'euros)		
Exerçable au plus tard en	2012	4,3
	2013	7,4
Total		11,7

14. ÉCARTS DE CONVERSION

Les écarts de conversion actif proviennent de la réévaluation, à la clôture de l'exercice 2010, des créances clients, dettes fournisseurs et emprunts obligataires en devises.

15. CAPITAL ET PRIMES

15.1 Capital

Le capital est constitué de 490 642 232 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, 2 012 478 actions ont été créées par exercice d'options de souscription et 1 775 900 actions ont été annulées.

Au 31 décembre 2010, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	225 670 153	46,00
Actions à droit de vote simple	253 032 106	51,57
	478 702 259	97,57
Actions détenues par LVMH	11 939 973	2,43
Nombre total d'actions	490 642 232	100,00

15.2 Variation des capitaux propres

La variation des capitaux propres au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Autres réserves	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2009 avant affectation	490 405 654	147,1	1 763,1	582,6	2 943,9	(166,0)	436,1	5 706,8
Affectation du résultat 2009	-	-	-	-	436,1	-	(436,1)	-
Dividendes 2009	-	-	-	-	(807,4)	171,6	-	(635,8)
dont actions auto-détenues	-	-	-	-	23,2	(5,6)	-	17,6
Au 31 décembre 2009 après affectation	490 405 654	147,1	1 763,1	582,6	2 595,8	-	-	5 088,6
Exercice d'options de souscription	2 012 478	0,6	119,4	-	-	-	-	120,0
Annulation d'actions	(1 775 900)	(0,5)	(100,6)	-	-	-	-	(101,1)
Acompte sur dividendes 2010	-	-	-	-	-	(343,4)	-	(343,4)
dont actions auto-détenues	-	-	-	-	-	8,2	-	8,2
Résultat de l'exercice 2010	-	-	-	-	-	-	2 317,9	2 317,9
Au 31 décembre 2010 avant affectation	490 642 232	147,2	1 781,9	582,6	2 595,8	(335,2)	2 317,9	7 090,2

L'affectation du résultat de l'exercice 2009 résulte des résolutions de l'Assemblée Générale Mixte du 15 avril 2010.

16. RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

16.1 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.

16.2 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.

16.3 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 :

(en millions d'euros)	2010	2009	2008
Vignobles et autres terrains	17,9	17,9	17,9
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23,6	23,6	23,6
Total	41,5	41,5	41,5

17. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

17.1 Caractéristiques des plans

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

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 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 15 mai 2008 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'Administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juillet 2011, 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 d'acquisition de deux ans, 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, certains plans de souscription 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.

17.2 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 :

(nombre)	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 2010	10 214 500	6 603 112	464 630	250 038
Attributions	-	-	469 436	-
Options / Actions devenues caduques	(117 807)	(1 078 800)	(13 865)	(800)
Options exercées / Attribution définitive d'actions	(2 012 478)	(4 608 830)	(149 590)	(133 940)
Droits non exercés au 31 décembre 2010	8 084 215	915 482	770 611	115 298

Le plan d'attribution d'actions gratuites ouvert le 15 avril 2010 est assorti 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 2010 et 2011, 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 2009. Les conditions de performance, qui ont été satisfaites au titre de l'exercice 2010, ont été considérées comme satisfaites

en 2011 pour la détermination de la charge 2010. Les attributions devenues définitives proviennent d'actions détenues.

La charge comptabilisée en 2010 au titre des plans d'options et assimilés est de 24,4 millions d'euros (2009 : 16,1 millions d'euros ; 2008 : 12,1 millions d'euros). Voir également Note 18.

La valeur ayant servi d'assiette au calcul de la contribution sociale de 10 % pour le plan ouvert en 2010 est de 86,93 euros par action attribuée.

18. VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 décembre 2009	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2010
Dépréciations d'actifs :					
- titres de participation	2 389,4	55,3	-	(936,2)	1 508,5
- actions LVMH : primes sur calls	109,8	-	-	(97,6)	12,2
- autres actifs	4,4	-	-	-	4,4
Provisions pour risques et charges :					
- risques généraux	284,8	168,1	-	-	452,9
- plans d'options et assimilés	28,5	23,2	(4,2)	(9,2)	38,3
- pertes de change latentes	111,0	203,8	-	(45,0)	269,8
- autres charges	58,9	24,4	(25,8)	(27,6)	29,9
Total	2 986,8	474,8	(30,0)	(1 115,6)	2 316,0
dont : résultat d'exploitation :					
- rémunérations, charges sociales et assimilés		23,2	(4,2)	(9,2)	
- autres		20,3	(25,8)	(11,7)	
résultat financier		207,9	-	(158,5)	
résultat exceptionnel		223,4	-	(936,2)	
		474,8	(30,0)	(1 115,6)	

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 7 et 10.

19. ANALYSE DES AUTRES PASSIFS

La répartition des dettes par nature et selon leur échéance, avant affectation du résultat, ainsi que les charges à payer rattachées, sont présentées dans le tableau ci-après :

Dettes (en 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		
Emprunts obligataires	3 544,2	822,2	2 572,0	150,0	31,1	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	172,5	20,5	152,0	-	0,5	-
Autres emprunts et dettes financières	2 211,2	2 211,2	-	-	7,4	2 211,2
Dettes financières	5 927,9	3 053,9	2 724,0	150,0	39,0	2 211,2
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	108,9	108,9	-	-	104,3	78,2
Dettes fiscales et sociales	54,0	54,0	-	-	31,3	-
Autres dettes	15,7	15,7	-	-	0,5	8,0
dont : primes reçues sur options de change	5,5	5,5	-	-	-	-
comptes courant intégration fiscale	8,0	8,0	-	-	-	8,0
Produits constatés d'avance	0,3	0,3	-	-	-	-
Total	6 106,8	3 232,8	2 724,0	150,0	175,1	2 297,4

19.1 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 2010 atteint 3 544 millions d'euros.

(en millions d'euros)	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Prix d'émission (en % du nominal)	Échéance	Nominal au 31 décembre 2010	Intérêts courus après swap	Total
Émissions publiques :							
EUR 600 000 000, 2004	4,625 %	total	99,427 %	2011	600,0	5,7	605,7
CHF 300 000 000, 2007	3,375 %	-	99,840 %	2013	239,9	0,9	240,8
EUR 760 000 000, 2005 et 2008 ⁽¹⁾	3,375 %	partiel ⁽²⁾	98,598 %	2012	760,0	13,5	773,5
CHF 200 000 000, 2008	3,625 %	-	100,048 %	2011	160,0	0,5	160,5
CHF 200 000 000, 2008	4,00 %	-	100,090 %	2015	160,0	3,7	163,7
EUR 1 000 000 000, 2009	4,375 %	total	99,648 %	2014	1 000,0	3,4	1 003,4
Placements privés :							
JPY 5 000 000 000, 2008	variable	-	100 %	2011	31,1	0,1	31,2
JPY 15 000 000 000, 2008	variable	-	100 %	2013	116,1	3,0	119,1
JPY 5 000 000 000, 2009	1,229 %	-	100 %	2013	46,0	0,1	46,1
EUR 250 000 000, 2009	4,50 %	total	99,732 %	2015	250,0	0,2	250,2
EUR 150 000 000, 2009	4,775 %	total	100 %	2017	150,0	-	150,0
Total					3 513,1	31,1	3 544,2

(1) Le montant nominal est constitué du cumul 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%, le prix d'émission résultant de leur moyenne pondérée.

(2) Montant couvert par des swaps payeurs de taux variable pour la tranche de 600 millions d'euros, émise en 2005.

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.

Aucun emprunt obligataire n'a été souscrit au cours de l'exercice. L'emprunt émis en 2003 pour un montant de 750 millions d'euros, partiellement racheté et annulé pour un montant de 35 millions d'euros en 2009, a été remboursé à son échéance en avril 2010 pour 715 millions d'euros.

19.2 Autres emprunts et dettes financières

Les autres emprunts et dettes financières sont constitués pour l'essentiel d'un compte courant de financement avec la société assurant la centralisation de trésorerie du Groupe. Voir également Note 1.

19.5 Analyse de la dette par devise

Au 31 décembre 2010, la répartition par devise de la dette financière de 5 928 millions d'euros (voir Note 20), en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission, s'analyse de la façon suivante :

Devises	Contre-valeur (en millions d'euros)	
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture
Euro	2 955	2 721
Franc suisse	565	947
Livre sterling	-	-
Autres devises	197	49
Dettes financières hors groupe LVMH	3 717	3 717
Entreprises liées		2 211
Total dettes financières		5 928

De façon générale, la composition de la dette en devise a pour objet de couvrir des actifs nets en devises, issus notamment de l'acquisition de sociétés hors zone Euro.

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.

19.3 Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, LVMH s'est engagée à respecter un ratio de dette financière nette sur capitaux propres calculé sur les données consolidées. Au 31 décembre 2010, cette disposition concerne des lignes de crédit non tirées d'un montant global de 100 millions d'euros.

Le niveau actuel de ce ratio est très en-deçà des seuils contractuels, LVMH disposant ainsi d'une flexibilité financière élevée au regard de cet engagement.

19.4 Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2010, le montant de la dette financière ne fait pas l'objet de garanties et sûretés réelles.

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 2010, 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 ⁽¹⁾
		À échéance 1 an au plus	À échéance de 1 à 5 ans	À échéance plus de 5 ans	
Swaps payeurs de taux fixe	666,2	500,0	166,2	-	(16,3)
Swaps payeurs de taux variable	2 900,0	631,0	2 118,9	150,0	132,8

(1) Gain / (Perte).

20.2 Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2010, ainsi que l'effet de leur réévaluation aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

Nature (en millions d'euros)	Devise	Montants nominaux	Valeur de marché ⁽¹⁾
Achats / Ventes à terme	HKD	811,7	(37,4)
	USD	12,0	0,3
Options	JPY	50,1	(0,9)
Swaps cambistes	USD	1 526,0	(36,7)
	CHF	382,0	(25,2)
	JPY	52,5	(1,4)

(1) 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 Rémunération des dirigeants

La rémunération brute globale des mandataires sociaux et membres du Comité Exécutif de la Société, pour l'exercice 2010, s'élève à 23,0 millions d'euros, dont 1,0 million d'euros au titre de jetons de présence.

Compte tenu de la nature de l'activité de la Société, telle que décrite en Note 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.

21.2 Engagements en matière de pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite

L'essentiel de ces engagements concerne les membres du Comité Exécutif qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs

fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de leur dernière rémunération.

Au 31 décembre 2010, 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 38,8 millions d'euros.

Les hypothèses actuarielles retenues dans les calculs d'estimation des engagements sont les suivantes :

- taux d'actualisation 4,5 %
- taux de rendement long terme attendu des placements 4 %

Les versements effectués en couverture de cet engagement sont comptabilisés dans la rubrique « Rémunérations, charges sociales et assimilés » (néant en 2010).

21.3 Engagements d'achats de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 3 686 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.

21.4 Autres engagements en faveur de tiers

(en millions d'euros)	Au 31 décembre 2010
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales ou autres sociétés du Groupe	6 342,3

21.5 Autres engagements en faveur de LVMH

(en millions d'euros)	Au 31 décembre 2010
Lignes de crédit à plus d'un an confirmées non tirées	1 925,0
Lignes de crédit à moins d'un an confirmées non tirées	815,0
	2 740,0
Calls sur actions LVMH ⁽¹⁾	25,2

(1) Montant correspondant à la différence entre le prix d'exercice des calls et le cours de l'action LVMH à la date de clôture.

21.6 Effectif moyen

L'effectif moyen de la Société pour 2010 est de 22 personnes (2009 : 23 ; 2008 : 26).

21.7 Honoraires des Commissaires aux Comptes

(en millions d'euros)	ERNST & YOUNG		DELOITTE & ASSOCIÉS	
	2010	2009	2010	2009
Commissariat aux Comptes	1,3	1,6	0,6	0,9
Diligences directement liées à la mission de Commissariat aux Comptes	0,2	0,1	0,1	0,1
	1,5	1,7	0,7	1,0

21.8 Relations avec les parties liées

Au cours de l'exercice, il n'a été conclu aucune nouvelle convention 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.

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 dont la société LVMH.

En application de cette convention, la quote-part des frais communs revenant à la société LVMH a été de 80 % en 2010, soit un montant de 33 millions d'euros.

21.9 Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SA, 30 avenue Montaigne - 75008 Paris.

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE

Titres de participation (en millions d'euros)	% de participation directe	Valeur nette comptable
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 019,0
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 13,82 de Moët Hennessy International SAS	58,67	74,4
23 743 069 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LVMH Fashion Group SA	99,95	822,1
68 959 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,98	76,5
508 493 000 actions de valeur nominale EUR 17 de Sofidiv SAS	100,00	9 847,9
1 961 048 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259,2
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon)	100,00	7,6
7 000 parts de valeur nominale EUR 457,35 du GIE LVMH Services	20,00	8,9
37 000 actions de valeur nominale EUR 15,24 de Creare SA (Luxembourg)	32,17	1,1
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6,7
34 414 870 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services Ltd (Grande Bretagne)	100,00	29,3
35 666 395 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	405,1
164 999 994 actions de valeur nominal EUR 1 de Eley Finance SA	99,99	165,0
Total		12 722,8

Voir également Note 13.1 - Actions LVMH.

FILIALES ET PARTICIPATIONS

Sociétés (en millions d'unités monétaires)	Siège social	Devise	Capital ⁽¹⁾	Capitaux propres autres que le capital ^{(1) (2)}	Quote-part du capital détenu en pourcentage	Valeur comptable des titres détenus ⁽³⁾		Prêts et avances consentis ⁽³⁾	Cautions et avals accordés ⁽³⁾	Chiffres d'affaires hors taxes ⁽¹⁾	Bénéfice net ou perte (-) du dernier exercice ⁽¹⁾	Dividendes encaissés en 2010 ⁽³⁾
						Brute	Nette					
1. Filiales (>50 %)												
Moët Hennessy SNC	Boulogne-Billancourt	EUR	428,7	2 236,4	58,67	1 019,0	1 019,0	-	-	595,9	390,9	-
Moët Hennessy Inter. SAS	"	EUR	151,6	317,0	58,67	74,4	74,4	-	-	94,7	93,7	14,8
Sofidiv SAS	"	EUR	8 427,4	1 420,6	100,00	10 116,4	9 847,9	-	-	2 451,5	1 726,0	752,6
LVMH Finance SA	"	EUR	535,0	(137,2)	99,99	1 630,5	405,1	-	-	3,4	(56,7)	-
Eley Finance SA	"	EUR	165,0	1,3	99,99	165,0	165,0	-	-	0,0	(0,1)	-
LVMH Fashion Group SA	Paris	EUR	35,6	3 034,4	99,95	822,1	822,1	-	-	2 290,9	2 284,3	866,6
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2,6	364,4	99,98	76,5	76,5	-	5,2	947,1	180,9	100,0
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29,4	102,9	99,99	259,2	259,2	-	-	259,7	17,9	20,0
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150,0	583,7	100,00	7,6	7,6	-	411,4	895,5	117,7	-
LVMH Services Ltd	Londres	GBP	34,4	(9,3)	100,00	43,8	29,3	-	5,8	1,7	(1,8)	-
2. Participations (>10 % et <50 %)												
GIE LVMH Services	Boulogne-Billancourt	EUR	44,3	0,7	20,00	8,9	8,9	-	-	2,2	0,7	-
3. Participations (<10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5,3	12,0	5,44	6,7	6,7	-	-	78,5	11,6	-
4. Autres participations												
						1,1	1,1					
Total						14 231,2	12 722,8	-	422,4			1 754,0

(1) En devises pour les filiales étrangères.

(2) Avant affectation du résultat de l'exercice.

(3) En millions d'euros.

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 2010, 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.

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 règles et principes comptables suivis par votre Société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables précisées dans cette note et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes 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 aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

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'attache 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 À 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.

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 4 février 2010, 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 5 000 000 d'euros hors taxes par an à compter du 1^{er} janvier 2010.

Au titre de cette convention, votre Société a versé 5 000 000 d'euros à la société Groupe Arnault SAS pour l'exercice 2010.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS DÉJÀ APPROUVÉS PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Conventions et engagements approuvés au cours d'exercices antérieurs

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 holdings du groupe LVMH

Nature, objet et modalités

La convention relative à la répartition des frais de holdings 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 2010.

Le montant des frais communs supportés par la société Moët Hennessy SNC au titre de cette convention s'est élevé à 9 millions d'euros au cours de l'exercice 2010.

2. Convention d'assistance juridique

Nature, objet et modalités

La convention de prestations de services avec la société Christian Dior, portant sur une assistance juridique, notamment en matière de droit des sociétés et de gestion du service titres de Christian Dior 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 2010.

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 2010.

La charge en résultant pour votre Société au cours de l'exercice 2010 est comprise dans le montant figurant à la note 30.3 de l'annexe des états financiers consolidés.

4. Avenant à la convention de crédit

Nature, objet et modalités

Votre société et la société LVMH Inc. sont co-emprunteurs dans le cadre d'une convention de crédit de 650 millions de dollars US. Votre Société a consenti une garantie sur la part empruntée par la société LVMH Inc., pour un montant plafonné à 110 % du nominal, à un groupe de banques représentées par Citibank International Plc.

Le 27 juillet 2009, votre Conseil d'Administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à cette convention de crédit qui prévoit que votre Société proroge jusqu'au 30 octobre 2011 la garantie consentie à la société LVMH Inc.

Aucune commission n'a été perçue à ce titre en 2010 par votre Société.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

AUTRES INFORMATIONS

GOUVERNANCE

	<i>Page</i>
1. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	212
2. COMMISSAIRES AUX COMPTES	222
3. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	223
4. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	224
5. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	226
6. STATUTS	227

GOVERNANCE

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. Français.

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 : Président-Directeur Général.
 - Christian Dior SA : Président du Conseil d'Administration ;
 - Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
 - Financière Jean Goujon SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Groupe Arnault SAS : Président ;
 - Société Civile du Cheval Blanc : Président du Conseil d'Administration ;
 - Louis Vuitton pour la Creation, Fondation d'Entreprise : Président du Conseil d'Administration.
- International :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Carrefour SA : Administrateur ;
 - Lagardère SCA : Membre du Conseil de Surveillance.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France :
 - Métropole Télévision « M6 » SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Raspail Investissements SA : Administrateur.

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977. Français.

Adresse professionnelle : Berluti – 31, rue Marbeuf – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 11 mai 2006.

Date de fin de mandat : Assemblée Générale Annuelle tenue en 2012.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 57 297 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.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur.
 - Berluti SA : Président du Directoire ;
 - Les Echos SAS : Membre du Conseil de Surveillance.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- International :
 - Spot Runner, Inc. (États-Unis) : Membre du Conseil de Surveillance.

M. Antoine BERNHEIM, Vice-Président

Né le 4 septembre 1924. Français.

Adresse de correspondance : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée Générale Annuelle tenue en 2012.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 38 720 actions.

M. Antoine Bernheim a été Associé-Gérant de Lazard Frères & Cie de 1967 à 2000 et Associé de Lazard LLC de 2000 à 2005. Il a été Président-Directeur Général de La France SA de 1974 à 1997 et d'Euromarché de 1981 à 1991. Président de Generali SpA de 1995 à 1999 puis de 2002 à avril 2010, il y exerce depuis lors les fonctions de Président d'honneur.

Fonctions et mandats actuels**Groupe Generali :**

- France :
 - Generali France SA : Administrateur.
- International :
 - Alleanza Toro (Italie) : Vice-Président et Administrateur ;
 - Assicurazioni Generali SpA (Italie) : Président d'honneur ;
 - BSI : Banca della Svizzera Italiana (Suisse) : Administrateur ;
 - Generali Deutschland Holding AG (Allemagne) : Administrateur ;
 - Generali España Holding SA (Espagne) : Administrateur ;
 - Generali Holding Vienna AG (Autriche) : Administrateur ;
 - Graafschap Holland (Pays-Bas) : Président d'Honneur.

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Vice-Président et Administrateur.
 - Christian Dior SA : Administrateur ;
 - Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
 - Financière Jean Goujon SAS : Vice-Président et Membre du Comité de Surveillance ;
 - LVMH Fashion Group SA : Vice-Président et Administrateur ;
 - LVMH Finance SA : Vice-Président et Administrateur.
- International :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Bolloré SA : Vice-Président et Administrateur ;
 - Ciments Français France SA : Administrateur ;
 - Eurazeo SA : Membre du Conseil de Surveillance ;

- EuropaCorp SA : Administrateur ;
- Havas SA : Administrateur ;
- Le Monde SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Société Éditrice du Monde SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Société Française Générale Immobilière SA : Directeur Général.
- International :
 - Mediobanca (Italie) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France :
 - Partena : Associé Commanditaire.
- International :
 - Assicurazioni Generali SpA (Italie) : Président ;
 - Compagnie Monégasque de Banque (Principauté de Monaco) : Administrateur ;
 - Intesa Sanpaolo (Italie) : Vice-Président du Conseil de Surveillance.

Mme Bernadette CHIRAC

Née le 18 mai 1933. 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, Mme 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 2004. 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 l'opération Pièces Jaunes qui, grâce à son soutien et son implication, est devenue une manifestation caritative établie 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 : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Fondation-Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France : Présidente ;
 - Fondation Claude-Pompidou : Présidente.

M. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942. Français.

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 : 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. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926. Belge.

Adresse professionnelle : Frère-Bourgeois – 12, rue de la Blanche Borne – 6280 Loverval (Belgique).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée Générale Annuelle tenue en 2012.

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.

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 ;
- Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique) : Président-Directeur Général ;
- Stichting Administratie Kantoor Frère-Bourgeois (Pays-Bas) : Président du Conseil d'Administration.

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : 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 : Vice-Président du Conseil d'Administration et Administrateur ;
- Métropole Télévision « M6 » SA : 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 2006

- France :
- Raspail Investissements SA : Administrateur ;
- Suez SA : Vice-Président du Conseil d'Administration et Administrateur.
- International :
- Agescas Nederland NV (Pays-Bas) : Administrateur ;
- Assicurazioni Generali SpA (Italie) : Membre du Comité International ;
- Coparex International SA (Belgique) : Administrateur ;
- Fingen SA (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
- Frère-Bourgeois Holding BV (Pays-Bas) : Administrateur ;

- GBL Finance (Luxembourg) : Administrateur ;
- Gruppo Banca Leonardo (Italie) : Administrateur ;
- Parjointco NV (Pays-Bas) : Administrateur ;
- Petrofina (Belgique) : Président du Conseil d'Administration ;
- Power Corporation du Canada (Canada) : Membre du Conseil Consultatif International.

Lord POWELL of BAYSWATER

Né le 6 juillet 1941. Britannique.

Adresse professionnelle : Lord Powell of Bayswater KCMG – 24 Queen Anne's Gate – SW1H 9AA Londres (Royaume-Uni).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée Générale Annuelle tenue en 2012.

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 : Administrateur.
 - Financière Agache SA : Administrateur.
- International :
 - LVMH Services Limited (Royaume-Uni) : Président du Conseil d'Administration.

Autres :

- International :
 - Capital Generation Partners (Royaume-Uni) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Caterpillar Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
 - Hong-Kong Land Holdings (Bermudes) : Administrateur ;
 - Magna Holdings (Bermudes) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Mandarin Oriental International Holdings (Bermudes) : Administrateur ;
 - Matheson & Co. Ltd (Royaume-Uni) : Administrateur ;
 - Northern Trust Global Services (Royaume-Uni) : Administrateur ;
 - Schindler Holding (Suisse) : Administrateur ;
 - Singapore Millennium Foundation Limited (Singapour) : Administrateur ;
 - Textron Corporation (États-Unis) : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- International :
 - British Mediterranean Airways (Royaume-Uni) : Administrateur ;
 - Falgos Investments Ltd (Royaume-Uni) : Administrateur ;
 - J. Rothschild Name Co. Ltd (Royaume-Uni) : Administrateur ;
 - Sagitta Asset Management (Royaume-Uni) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Yell Group Ltd (Royaume-Uni) : Administrateur.

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928. Américain.

Adresse professionnelle : Lazard Frères & Co. LLC – 30 Rockefeller Plaza – 62nd Floor – NY 10020, New York (États-Unis).

Date de première nomination : 14 mai 2001.

Date de fin de mandat : Assemblée Générale Annuelle tenue en 2013.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 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 : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Publicis Groupe SA : Membre du Conseil de Surveillance.
- International :
 - Carnegie Hall (États-Unis) : Vice-Président honorifique du Conseil d'Administration ;
 - Center for Strategic and International Studies (CSIS) (États-Unis) : Administrateur ;
 - Council on Foreign Relations (États-Unis) : Conseiller ;
 - Lazard Ltd (États-Unis) : Conseiller spécial du Président.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France :
 - Lagardère SCA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Rothschilds Continuation Holdings AG : Administrateur ;
 - Suez : Administrateur.

- International :
- Comcast Corporation (États-Unis) : Administrateur ;
- Fiat SpA (Italie) : Administrateur ;
- Lazard Frères LLC (États-Unis) : Associé-Gérant ;
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Président ;
- Comités de Conseil International Lehman Brothers (États-Unis) : Président du Conseil d'Administration.

M. Yves-Thibault de SILGUY

Né le 22 juillet 1948. Français.

Adresse professionnelle : YTSeuropa Consultants – 13bis avenue de la Motte Picquet – 75007 Paris (France).

Date de première nomination : 14 mai 2009.

Date de fin de mandat : Assemblée Générale Annuelle tenue en 2012.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Yves-Thibault de Silguy travaille au Ministère des Affaires étrangères de 1976 à 1981. Il exerce des fonctions auprès de la Communauté européenne, au sein du cabinet de M. Ortolini de 1981 à 1985 puis, entre 1995 et 1999, en qualité de commissaire européen. Il est membre du cabinet des Premiers ministres Jacques Chirac de 1986 à 1988 et Édouard Balladur de 1993 à 1995. 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 YTSeuropa Consultants depuis mai 2010.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Vinci :

- France :
- Société des Autoroutes du Sud de la France : Administrateur ;
- Vinci : Vice-Président du Conseil d'Administration et Administrateur référent.

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur.

Autres :

- France :
- Sofisport SA : Président du Conseil de Surveillance ;
- VTB Bank France SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
- YTSeuropa consultants SARL : Président ;
- ING Direct France SA : Membre du Comité Consultatif ;
- AgroParisTech : Président du Conseil d'Administration ;

- Ministère des Affaires Étrangères : Membre du Conseil des Affaires étrangères.

• International :

- Société Monégasque de l'Électricité et du Gaz (Principauté de Monaco) : Administrateur ;
- Solvay (Belgique) : Administrateur ;
- International Financial Reporting Standards Fondation (IFRS/IASB) : Administrateur ;
- Medef International : Président des Comités France-Algérie et France-Qatar.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

• France :

- Calédonienne des Eaux (CDE) : Président du Conseil d'Administration ;
- Degrémont : Administrateur ;
- EEC : Administrateur ;
- Électricité de Tahiti (EDT) : Administrateur ;
- Elyo : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Fabricom : Administrateur ;
- Lyonnaise Europe : Administrateur ;
- Marama Nui : Administrateur ;
- Métropole Télévision « M6 » SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
- Ondeo-Degrémont : Administrateur ;
- Ondeo Services : Administrateur ;
- Sita : Administrateur ;
- Société Polynésienne des Eaux et de l'Assainissement (SPEA) : Président du Conseil d'Administration ;
- Socif 4 : Administrateur ;
- Suez Energies Services : Administrateur ;
- Suez Environnement : Administrateur ;
- TPS Gestion : Représentant Permanent de Lyonnaise Satellite, Administrateur ;
- TPS Motivation : Représentant Permanent de TPS, Administrateur ;
- Unelco Vanuatu : Administrateur ;
- Comité France-Chine du Medef : Vice-Président ;
- Comité de Politique Européenne du Medef : Président ;
- Ministère de la Défense : Membre du Conseil Economique de la Défense ;
- Université française d'Égypte : Président du Conseil d'Administration.
- International :
- Société Générale de Belgique (Belgique) : Administrateur ;

- Suez-Tractebel (Belgique) : Administrateur ;
- Swire Sita Waste Services Ltd (Chine) : Administrateur ;
- VTB (Russie) : Administrateur.

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947. Français.

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 ».

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur.

Autres :

- France :
- Hubert Védrine (HV) Conseil SARL : Associé-Gérant ;
- Ipsos SA : Administrateur.

1.2 Nominations

1.2.1 Administrateurs

Mme Delphine ARNAULT

Née le 4 avril 1975. Française.

Adresse professionnelle : Christian Dior – 30, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 10 septembre 2003.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 115 677 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 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.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault :

- France :
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton 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 : Membre du Conseil de Surveillance.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

• 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. Français.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 12 mai 1999.

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 : 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 : Administrateur ;
 - Carrefour SA : Administrateur ;
 - Rothschild & Cie Banque SCS : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Suez Environnement Company SA : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France
 - Agache Développement SA : Représentant permanent de Sifanor SA, Administrateur ;
 - Ipsos SA : Administrateur ;
 - La Tour du Pin SAS : Président ;
 - Lyparis SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Sifanor SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Société Financière Saint-Nivard SAS : Président ;
 - Tajan SA : Administrateur.
- International :
 - Go Invest SA (Belgique) : Administrateur.

M. Antonio BELLONI, Directeur Général délégué

Né le 22 juin 1954. Italien.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 15 mai 2002.

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.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault :**

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Directeur Général délégué et Administrateur.
 - Givenchy SA : Administrateur ;
 - Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA : Administrateur ;
 - LVMH Fragrance Brands SA : Représentant permanent de LVMH Fashion Group, Administrateur ;
 - Sephora : Administrateur ;
 - Louis Vuitton pour la Création, Fondation d'Entreprise : Administrateur.

• International :

- Benefit Cosmetics LLC (États-Unis) : Gérant ;
- 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 ;
- 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 2006

- France :
 - LVMH Fragrance Brands GIE : Membre du Collège des Administrateurs ;
 - ParfumsLuxe International – PLISA : Président-Directeur Général.

- International :
 - DFS Group L.P. (États-Unis) : Administrateur ;
 - DFS Guam L.P. (Guam) : Administrateur ;
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Directeur Général.

M. Charles de CROISSET

Né le 28 septembre 1943. Français.

Adresse professionnelle : Goldman Sachs International – Peterborough Court, 133 Fleet Street – EC4A 2BB Londres (Royaume-Uni).

Date de première nomination : 15 mai 2008.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1 000 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 : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Euler Hermès SA : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Galeries Lafayette SA : Membre du Collège des Censeurs ;
 - Renault SA : Administrateur ;
 - Fondation du Patrimoine : Président.
- International :
 - Goldman Sachs International (Royaume-Uni) : International Advisor.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France :
 - Bouygues SA : Administrateur ;
 - Thales SA : Administrateur.
- International :
 - Thales Holdings Plc (Royaume-Uni) : Conseiller.

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953. Italien.

Adresse professionnelle : Tod's SpA – Corso Venezia, 30 – 20121 Milan (Italie).

Date de première nomination : 15 mai 2002.

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 LVMH/Groupe Arnault :

- France :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Le Monde Europe SA : Administrateur.
- International :
 - ACF Fiorentina SpA (Italie) : Président d'honneur ;
 - Assicurazioni Generali SpA (Italie) : Administrateur ;
 - Compagnia Immobiliare Azionaria (Italie) : Administrateur ;
 - DDV partecipazioni SRL (Italie) : Administrateur unique ;
 - DI.VI. Finanziaria SAPA (Italie) : Associé Commandité et Administrateur ;
 - Diego Della Valle & C. SAPA (Italie) : Associé Commandité et Administrateur ;
 - Ferrari SpA (Italie) : Administrateur ;
 - Marcolin SpA (Italie) : Administrateur ;
 - RCS Mediagroup SpA (Italie) : Administrateur ;
 - Tod's SpA (Italie) : Président du Conseil d'Administration et Administrateur délégué ;
 - Fondazione Della Valle Onlus (Italie) : Président du Conseil d'Administration.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- International :
 - Banca Nazionale del Lavoro SpA (Italie) : Administrateur ;
 - Maserati SpA (Italie) : Administrateur.

M. Pierre GODÉ, Vice-Président

Né le 4 décembre 1944. Français.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 13 janvier 1989.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 695 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 :
 - Christian Dior Couture SA : Administrateur ;
 - Financière Agache SA : Président-Directeur Général ;
 - Financière Jean Goujon SAS : Président ;
 - Groupe Arnault SAS : Directeur Général ;
 - Les Echos SAS : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - Louis Vuitton Malletier : Administrateur ;
 - Raspail Investissements SAS : Président ;
 - SA du Château d'Yquem : Administrateur ;
 - Semyrhamis SAS : Membre du Comité de Surveillance ;
 - Sevrilux SNC : Représentant légal de Financière Agache, Gérant ;
 - Sofidiv SAS : Membre du Comité de Direction ;
 - Société Civile du Cheval Blanc : Administrateur ;
 - Association du Musée Louis Vuitton : Représentant permanent de LVMH Fashion Group, Administrateur.
- International :
 - LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) : Administrateur ;
 - LVMH Publica (Belgique) : Administrateur ;
 - Sofidiv UK Limited (Royaume-Uni) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Havas SA : Administrateur ;
 - Redeg SARL : Gérant.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France :
 - Groupe Les Echos SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
 - Sifanor SAS : Membre du Comité de Surveillance.

- International :

- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon) : Administrateur.

M. Gilles HENNESSY

Né le 14 mai 1949. Français.

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 : 73 645 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 : 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 ;
 - Millennium Brands Limited (Irlande) : 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 ;
 - Polmos Zyrardow (Pologne) : Membre du Comité de Direction ;
 - Schieffelin & Somerset (États-Unis) : Membre du Conseil de Surveillance ;
 - The Glenmorangie Company Ltd (Royaume-Uni) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - Groupe Alain Crenn : Administrateur.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- France
 - Champagne Moët & Chandon SCS : Représentant permanent de Jas Hennessy & Co, Membre du Conseil des Commanditaires ;
 - France Champagne SA : Administrateur ;
 - Krug, Vins Fins de Champagne SA : Président-Directeur Général ;
 - Moët Hennessy SNC : Membre du Conseil de Gérance ;
 - Moët Hennessy Do Brasil (Brésil) : Administrateur ;
 - Moët Hennessy International SA : Administrateur ;
 - Veuve Clicquot Ponsardin SCS : Membre du Conseil des Commanditaires.
- International :
 - Jas Hennessy & Co. Ltd (Irlande) : Président du Conseil d'Administration ;
 - Moët Hennessy Shanghai Limited (Chine) : Administrateur.

Mme Marie-Josée KRAVIS

Née le 11 septembre 1949. Américaine.

Adresse professionnelle : The Museum of Modern Art - 11 West 53 Street - NY 10019, New York (États-Unis).

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

- France
 - Publicis SA : Membre du Conseil de Surveillance.
- International :
 - Federal Reserve Bank of New York (États-Unis) : membre du Conseil Consultatif International ;
 - Memorial Sloan-Kettering Cancer Center (États-Unis) : Administrateur et membre du Comité Exécutif ;
 - Qatar Museum Authority (Qatar) : Administrateur ;
 - The Museum of Modern Art de New York (États-Unis) : Présidente.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2006

- International :
 - Ford Motor Co. (États-Unis) : Administrateur ;
 - Interactive Data Corporation (États-Unis) : Administrateur.

1.2.2 Censeur

M. Patrick HOUËL

Né le 25 juillet 1942. Français.

Adresse professionnelle : 10, avenue Frédéric Le Play – 75007 Paris (France).

Date de première nomination au sein du Conseil d'Administration : 13 mai 2004.

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 : Administrateur ⁽¹⁾.
 - 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 : Administrateur ;
 - LVMH Fashion Group SA : Administrateur ;
 - Parfums Christian Dior SA : Représentant permanent de LVMH, Administrateur ;
 - SA du Château d'Yquem : Administrateur ;
 - Wine & Co. SA : Administrateur.
- International :
 - L Real Estate SA (Luxembourg) : Administrateur ;
 - Sociedad Textil Lonia (Espagne) : Administrateur.

Autres :

- France :
 - LCL Obligations Euro SICAV : Administrateur ;
 - Mongoual SA : Représentant Permanent de la Société Montaigne Jean Goujon, Administrateur ;
 - Objectif Small Caps Euro SICAV : Administrateur ;
 - PGH Consultant SARL : Gérant.

(1) Jusqu'à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011.

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
<ul style="list-style-type: none"> ERNST & YOUNG et Autres 41, rue Ybry 92576 Neuilly-sur-Seine Cedex Représenté par Olivier BREILLOT et Gilles COHEN 	6 juin 1998	15 avril 2010	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
<ul style="list-style-type: none"> DELOITTE & ASSOCIES 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

<ul style="list-style-type: none"> AUDITEX Tour Ernst & Young 11 allée de l'Arche 92037 Paris La Défense Cedex 	15 avril 2010	15 avril 2010	Assemblée Annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
<ul style="list-style-type: none"> 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 2010

(en milliers d'euros, hors taxes)

	ERNST & YOUNG Audit				DELOITTE & ASSOCIÉS			
	2010		2009		2010		2009	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux Comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	1 280	11	1 604	13	645	12	866	13
- Filiales consolidées	6 569	58	8 543	67	3 850	75	5 592	81
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux Comptes								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	242	2	45	-	55	1	70	1
- Filiales consolidées	164	2	418	3	145	3	31	-
	8 255	73	10 610	83	4 695	91	6 559	95
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
- Juridique, fiscal, social ⁽¹⁾	2 729	24	1 981	15	383	7	276	4
- Autres	277	3	262	2	91	2	46	1
	3 006	27	2 243	17	474	9	322	5
Total	11 261	100	12 853	100	5 169	100	6 881	100

(1) Il s'agit principalement de prestations d'assistance fiscale rendues à l'étranger, permettant aux filiales et aux expatriés du Groupe de répondre à leurs obligations déclaratives locales.

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. RÈGLEMENT 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, les avantages en nature, les actions gratuites, 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. À cet égard, il 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.

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 la rémunération et les avantages en nature attribués aux Administrateurs et Censeurs de la Société par le Groupe ou ses filiales et sur les systèmes de rémunération et d'incitation, fixes ou variables, immédiats ou différés, des dirigeants du Groupe. Il se prononce également sur la politique générale d'attribution d'options et d'actions gratuites au sein du Groupe.

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

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 cent quarante-six millions huit cent quatre-vingt-neuf mille huit cent cinquante-six euros et vingt centimes (146 889 856,20) divisé en quatre cent quatre-vingt-neuf millions six cent trente-deux mille huit cent cinquante-quatre (489 632 854) 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 Boucicaud, évaluées à FRF 1 700 000 000.

2. Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou prime d'émission, l'Assemblée Générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

3. Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

4. Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 - Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévue, 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 des dites conventions sont communiqués par le Président aux membres du Conseil d'Administration et aux Commissaires aux Comptes.

Article 19 - Conventions interdites

Il est interdit aux Administrateurs autres que les personnes morales, de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la Société, de se faire consentir par elle un découvert en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au Directeur Général, aux Directeurs Généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales Administrateurs. Elle s'applique également aux conjoints, ascendants, et descendants des personnes visées au présent article, ainsi qu'à toute personne interposée.

Article 20 - Rémunération des Administrateurs

1. L'Assemblée Générale Ordinaire peut allouer aux Administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme fixe annuelle, à titre de jetons de présence, dont le montant est porté dans les charges d'exploitation de la Société.

Le Conseil d'Administration répartit ces rémunérations entre ses membres comme il l'entend.

2. Le Conseil d'Administration peut autoriser le remboursement des frais de voyage et de déplacement et des dépenses engagés par les Administrateurs dans l'intérêt de la Société.

3. Le Conseil d'Administration peut allouer une rémunération à l'Administrateur auquel ont été conférés des pouvoirs, une mission ou un mandat spécial, dans les conditions prévues à l'article 17 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 18 des présents statuts.

4. Indépendamment des sommes prévues sous les trois paragraphes précédents, ainsi que des salaires des Administrateurs régulièrement liés à la Société par un contrat de travail, et des allocations fixes ou proportionnelles rémunérant les fonctions du Président du Conseil d'Administration ou de l'Administrateur provisoirement délégué dans ces fonctions, du Directeur Général et le cas échéant des Directeurs Généraux délégués, aucune autre rémunération permanente ou non ne peut être allouée aux Administrateurs.

Article 21 - Collège de Censeurs

L'Assemblée Générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'Administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges de Censeurs et sous réserve de ratification par la plus prochaine Assemblée Générale Ordinaire, le Conseil d'Administration peut procéder à des nominations à titre provisoire.

Les Censeurs, qui sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence, forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

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

Le Conseil d'Administration peut rémunérer les Censeurs par prélèvement sur le montant des jetons de présence alloué par l'Assemblée Générale à ses membres.

Article 22 - Commissaires aux Comptes

Le contrôle de la Société est exercé, dans les conditions fixées par la loi, par un ou plusieurs Commissaires aux Comptes remplissant les conditions légales d'éligibilité. Lorsque les conditions légales sont réunies, la Société doit désigner au moins deux Commissaires aux Comptes.

Chaque Commissaire aux Comptes est nommé par l'Assemblée Générale Ordinaire.

L'Assemblée Générale Ordinaire nomme un ou plusieurs Commissaires aux Comptes suppléants, appelés à remplacer les titulaires en cas de refus, d'empêchement, de démission ou de décès.

Article 23 - Assemblées Générales

1. Les Assemblées Générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, six jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la Société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au troisième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription ou l'enregistrement comptable des titres au porteur est constaté par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées Générales par son conjoint ou par un autre actionnaire.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la Société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'Administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du Code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées Générales pourront également, sur décision du Conseil d'Administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L. 228-1 du Code de commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée Générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas relevé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la Société, deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées Générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'Administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, 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 des opérations sociales et dresse des comptes annuels conformément aux lois et usages du commerce.

Article 28 - Affectation des résultats et répartition des bénéfices

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée Générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

Lorsqu'un bilan établi au cours ou à la fin de l'exercice et certifié conforme par le Commissaire aux Comptes fait apparaître que la Société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite s'il y a lieu des pertes antérieures, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi ou des présents statuts, et prise en compte s'il y a lieu du report bénéficiaire antérieur, a réalisé un bénéfice, le Conseil d'Administration peut décider de distribuer des acomptes sur dividende avant l'approbation des comptes de l'exercice, ainsi que d'en fixer le montant et la date de répartition. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice défini au présent alinéa.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée Générale Ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Article 29 - Mise en paiement des dividendes

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales ;
- la Société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

Article 30 - Dissolution anticipée

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut, à toute époque, prononcer la dissolution anticipée de la Société.

Article 31 - Perte de la moitié du capital social

Si, du fait des pertes constatées dans les documents comptables, les capitaux propres de la Société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, le Conseil d'Administration doit, dans les quatre mois de l'approbation des comptes ayant fait apparaître cette perte, convoquer l'Assemblée Générale Extraordinaire à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée de la Société.

Si la dissolution n'est pas prononcée, le capital doit, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue, et sous réserve des dispositions légales relatives au capital minimum des sociétés anonymes, être réduit d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pu être imputées sur les réserves, si dans ce délai les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

À défaut de réunion de l'Assemblée Générale, comme dans le cas où cette Assemblée n'a pu délibérer valablement, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la Société.

Article 32 - Effets de la dissolution

La Société est en liquidation dès l'instant de sa dissolution pour quelque cause que ce soit. Sa personnalité morale subsiste pour les besoins de cette liquidation jusqu'à la clôture de celle-ci.

Pendant toute la durée de la liquidation, l'Assemblée Générale conserve les mêmes pouvoirs qu'au cours de l'existence de la Société.

Les actions demeurent négociables jusqu'à la clôture de la liquidation.

La dissolution de la Société ne produit ses effets à l'égard des tiers qu'à compter de la date à laquelle elle est publiée au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 33 - Nomination des liquidateurs – pouvoirs

À l'expiration de la durée de la Société ou en cas de dissolution anticipée, l'Assemblée Générale règle le mode de liquidation et nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi. La nomination des liquidateurs met fin aux fonctions des Administrateurs et, s'il en existe, des Censeurs.

Article 34 - Liquidation – clôture

Après extinction du passif, le solde de l'actif est d'abord employé au paiement aux actionnaires du montant du capital versé sur leurs actions et non amorti.

Le surplus, s'il y a lieu, est réparti entre toutes les actions.

Les actionnaires sont convoqués en fin de liquidation pour statuer sur le compte définitif, sur le quitus de la gestion des liquidateurs et la décharge de leur mandat, et pour constater la clôture de la liquidation.

La clôture de la liquidation est publiée conformément à la loi.

Article 35 - Contestations

Tous litiges entre la Société et l'un quelconque des actionnaires auxquels pourraient donner lieu les présents statuts ou qui en seraient la suite ou la conséquence seront de la compétence exclusive du Tribunal de Commerce de Paris

AUTRES INFORMATIONS

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

	<i>Page</i>
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	244
4.5 ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL	244
4.6 PERFORMANCE PAR ACTION	244

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

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. Pour l'exercice 2010, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 106,3 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 les opérations de change pour son propre compte.

Jusqu'en octobre 2009, LVMH centralisait la trésorerie en euros et en devises ainsi que les besoins de financement de ses filiales françaises et de certaines filiales européennes. Pour ces mêmes filiales, LVMH centralisait également les couvertures de change, qu'elle répercutait de façon symétrique sur le marché. Ces fonctions sont désormais assurées par une filiale.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

1.2 Informations générales

Le texte complet des statuts figure dans la partie « 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 : 01 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.

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.

1.3 Informations complémentaires

Le texte complet des statuts figure dans la partie « 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 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 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. L'Assemblée Générale Extraordinaire du 6 juin 1986 a porté à trois ans (deux antérieurement) la durée minimum de l'inscription. 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 2010, le capital social de la Société s'élevait à 147 192 669,60 euros divisé en 490 642 232 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées.

Le Conseil d'Administration, dans sa séance du 3 février 2011, a constaté l'augmentation du capital social résultant au 31 décembre 2010 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 3 février 2011, le capital social s'élève à 146 889 856,20 euros divisé en 489 632 854 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées. Parmi ces 489 632 854 actions, 225 677 468 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.2 Capital autorisé

Au 31 décembre 2010, le capital autorisé de la Société s'élevait à 202 787 833,50 euros divisé en 675 959 445 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 SA » 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 SA » du document de référence, n'était en vie au 31 décembre 2010.

2.7 Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)	Variation du capital			Capital après opération		
	Nature des opérations	Nombre d'actions	Nominal	Prime	Montant	Nombre cumulé d'actions
Au 31 décembre 2007					146 981	489 937 410
Exercice 2008	Émission d'actions ⁽¹⁾	92 600	28	5 131	147 009	490 030 010
"	Annulation d'actions	92 600	(28)	(4 313)	149 981	489 937 410
Exercice 2009	Émission d'actions ⁽¹⁾	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 ⁽¹⁾	468 244	140	25 331	147 122	490 405 654
Exercice 2010	Émission d'actions ⁽¹⁾	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 ⁽¹⁾	1 009 378	302	58 434	147 192	490 642 232
Au 31 décembre 2010					147 192	490 642 232

(1) Dans le cadre de levées d'options de souscription d'actions.

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1 Actionnariat de la Société

Au 31 décembre 2010, le capital était constitué de 490 642 232 actions ; compte tenu des titres auto-détenus, 478 702 259 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 225 670 153 d'un droit de vote double :

- 232 515 957 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 5 605 630 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 252 520 645 actions étaient au porteur.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ⁽²⁾	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault SAS et sociétés contrôlées ⁽¹⁾	233 760 436	448 391 426	47,64	63,66
Autres actionnaires	256 881 796	255 980 986	52,36	36,34
Total au 31 décembre 2010	490 642 232	704 372 412	100,00	100,00

(1) Contrôlée par Monsieur Bernard Arnault et sa famille, la société Groupe Arnault SAS est la holding qui contrôle « in fine » LVMH.

(2) Droits de vote exerçables en Assemblée.

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée en décembre 2010 auprès des établissements financiers dépositaires, la Société compte environ 167 000 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 72 % et 28 % du capital (voir rapport annuel 2010 « Structure du capital »).

Les principaux actionnaires de la Société disposent de droits de vote identiques à ceux des autres actionnaires.

À la connaissance de la Société :

- un actionnaire détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2010 ;
- il n'existe aucun autre actionnaire détenant directement, indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote ;
- il n'existe aucun pacte d'actionnaires portant sur au moins 0,5 % du capital ou des droits de vote ni aucune action de concert.

Au 31 décembre 2010, les dirigeants et membres du Conseil d'Administration détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,5 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 31 décembre 2010, la Société détenait 11 939 973 de ses propres actions. 2 183 506 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. 9 756 467 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 2010, la Société détenait également 300 000 « calls » américains venant en couverture de plans d'options d'achat.

Au 31 décembre 2010, 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 2010, BNP Paribas Asset Management, Amundi et UBS AG 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 2010, BNP Paribas Asset Management et UBS AG détenaient moins de 1 % du capital et des droits de vote et Amundi détenait 2,04 % du capital et 1,43 % 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 2010 et au 16 février 2011.

3.2 Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Actionnaires	Au 31 décembre 2010			Au 31 décembre 2009			Au 31 décembre 2008		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ⁽¹⁾	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ⁽¹⁾	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote ⁽¹⁾
Groupe Arnault	233 760 436	47,64	63,66	232 345 936	47,38	63,64	232 333 190	47,42	63,75
dont :									
<i>Financière Jean Goujon</i>	207 821 325	42,36	59,01	207 821 325	42,38	59,32	207 821 325	42,42	59,42
<i>Financière Agache et affiliés</i>	25 939 111	5,28	4,65	24 524 611	5,00	4,32	24 511 865	5,00	4,33
Auto-détention	11 939 973	2,43	-	16 080 093	3,28	-	16 876 191	3,44	-
Public au nominatif	3 336 178	0,68	0,87	4 885 270	0,99	1,35	4 837 205	0,99	1,35
Public au porteur	241 605 645	49,25	35,47	237 094 355	48,35	35,01	235 890 824	48,15	34,90
Total	490 642 232	100,00	100,00	490 405 654	100,00	100,00	489 937 410	100,00	100,00

(1) Droits de vote exerçables en Assemblée.

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

Au 31 décembre 2010, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société représentant 42,36 % du capital et 59,01 % des droits de vote. Financière Jean Goujon a pour principale activité la détention de titres LVMH.

Au 31 décembre 2010, Financière Jean Goujon était détenue à 100 % par Christian Dior, mère de Christian Dior Couture SA.

Christian Dior, société cotée sur l'Euronext Paris de Nyse Euronext, était à cette même date contrôlée directement et indirectement, à hauteur de 69,96 % de son capital, par la société Groupe Arnault SAS, elle-même contrôlée par Monsieur Bernard Arnault et sa famille.

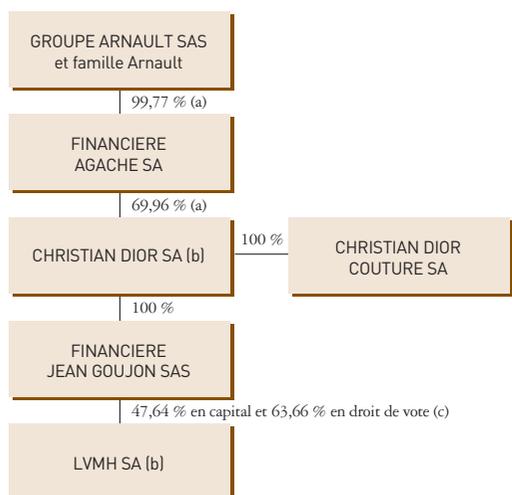
En ce qui concerne les différents holdings de contrôle du groupe LVMH :

- en décembre 2002, la société Financière Agache a apporté sa participation de contrôle dans Christian Dior à sa filiale à 100 % Semyrhamis ;

- en décembre 2004, la société Montaigne Participations et Gestion a été absorbée par la société Groupe Arnault SAS.

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.

Organigramme simplifié de détention au 31 décembre 2010



(a) Participation directe et / ou indirecte.

(b) Société cotée au 1^{er} marché.

(c) Participation globale du groupe Arnault, Financière Jean Goujon détenant en direct 42,36 % du capital, et Groupe Arnault SAS et différents holdings 5,28 %.

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 60 milliards d'euros, ce qui place LVMH au 4^e rang du CAC 40.

324 282 645 titres LVMH ont été traités pendant l'année 2010 pour un montant total de 30,2 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 256 909 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 dix-huit mois

		Cours d'ouverture premier jour (en euros)	Cours de clôture dernier jour (en euros)	Cours * le plus haut (en euros)	Cours * le plus bas (en euros)	Nombre de titres échangés	Capitaux échangés (en milliards d'euros)
2009	JUILLET	54,33	63,29	64,68	52,75	23 774 192	1,4
	AOÛT	63,40	66,69	69,42	61,76	25 188 721	1,6
	SEPTEMBRE	67,05	68,73	69,97	64,11	26 040 070	1,8
	OCTOBRE	69,06	70,65	75,89	65,40	29 461 455	2,1
	NOVEMBRE	70,12	69,36	76,80	68,13	32 054 339	2,3
	DÉCEMBRE	70,05	78,38	79,27	70,05	22 895 991	1,7
2010	JANVIER	78,61	79,07	82,30	76,60	22 664 073	1,8
	FÉVRIER	78,03	79,60	82,24	74,19	25 513 567	2,0
	MARS	80,00	86,54	87,99	79,82	26 424 106	2,2
	AVRIL	87,10	86,84	92,36	84,12	29 526 612	2,6
	MAI	86,17	86,22	92,50	78,26	49 840 380	4,3
	JUIN	85,59	89,81	96,96	83,66	34 151 203	3,1
	JUILLET	88,73	93,62	95,40	84,85	27 660 215	2,5
	AOÛT	93,92	91,77	97,72	89,12	20 676 856	1,9
	SEPTEMBRE	92,00	107,60	109,50	91,52	24 794 058	2,5
	OCTOBRE	107,50	112,60	119,40	104,15	21 697 640	2,4
	NOVEMBRE	113,40	116,85	122,20	112,00	23 645 186	2,7
	DÉCEMBRE	117,45	123,10	129,05	117,40	17 688 749	2,2

Source Euronext.

* 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 14 mai 2009 et du 15 avril 2010, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010, les achats en bourse de titres LVMH par LVMH SA ont représenté 2 411 215 de ses propres actions, soit 0,5 % de son capital. LVMH a également procédé en 2010 à l'exercice de 2 370 200 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 quant à elles sur l'équivalent de 8 921 535 actions LVMH.

4.3 Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton non échues au 31 décembre 2010, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse.

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
EUR	250 000 000	2009	2015	4,5 %
EUR	1 000 000 000	2009	2014	4,375 %
JPY	5 000 000 000	2008	2011	variable
EUR	760 000 000	2005	2012	3,375 %
EUR	600 000 000	2004	2011	4,625 %

Obligations cotées à Zurich

Devise	Encours (en devise)	Émission	Maturité	Taux d'intérêt
CHF	200 000 000	2008	2015	4,0 %
CHF	200 000 000	2008	2011	3,625 %
CHF	300 000 000	2007	2013	3,375 %

4.4 Dividende

Il est proposé de distribuer aux 490 642 232 actions composant le capital social un dividende de 2,10 euros par action au titre de l'exercice 2010, en progression de 0,45 euro par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2009.

La distribution totale de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton s'élèvera ainsi à 1 030 millions d'euros au titre de l'exercice 2010, avant effet de l'auto-détention.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2006 à 2010

Année	Dividende brut par action ⁽¹⁾ (en euros)	Dividendes mis en distribution (en millions d'euros)
2010 ⁽²⁾	2,10	1 030
2009	1,65	809
2008	1,60	784
2007	1,60	784
2006	1,40	686

(1) Hors avoirs fiscaux ou crédits d'impôt prévus par la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

(2) Proposition soumise à l'Assemblée Générale du 31 mars 2011.

La Société a une politique constante de distribution de dividende, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'État.

4.5 Évolution du capital social

2 012 478 actions ont été émises au cours de l'exercice, et 1 775 900 actions ont été annulées, ce qui porte le capital social à 490 642 232 actions au 31 décembre 2010.

4.6 Performance par action

(en euros)	2010	2009	2008
Résultat net, part du Groupe après dilution	6,32	3,70	4,26
Dividende brut	2,10	1,65	1,60
Progression/année précédente	27,3 %	3,1 %	-
Cours le plus haut	129,05	79,27	83,93
Cours le plus bas	74,19	39,08	38,10
Cours au 31 décembre	123,10	78,38	47,77
Progression/année précédente	57,1 %	64,1 %	(42,2)%

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 31 MARS 2011

	<i>Page</i>
1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	246
2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	249
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D'ACTIONNACHETÉES	255
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D'ACTIONNACHETÉES ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET/OU SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION	256
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D'ACTIONNACHETÉES ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE	258
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONNACHETÉES EXISTANTES OU À ÉMETTRE AU PROFIT DE MEMBRES DU PERSONNEL SALARIÉ ET DE DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX	260

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 31 MARS 2011

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 2010, 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 2010, 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 2010 de la façon suivante :

	(en euros)
Résultat comptable de l'exercice clos le 31 décembre 2010	2 317 934 132,70
Dotations à la réserve légale	(7 097,34)
Report à nouveau	2 595 765 841,88
Montant du résultat distribuable	4 913 692 877,24
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5 %, soit, 0,015 euro par action	7 359 633,48
Dividende complémentaire de 2,085 euros par action	1 022 989 053,72
Report à nouveau	3 883 344 190,04
	4 913 692 877,24

Pour mémoire, au 31 décembre 2010, la Société détient 11 939 973 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 594,5 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 2,10 euros par action. Un acompte sur dividende de 0,70 euro par action ayant été distribué le 2 décembre 2010, le solde est de 1,40 euro ; celui-ci sera mis en paiement le 25 mai 2011.

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 (en euros)	Abattement fiscal ⁽¹⁾ (en euros)
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
2007	Acompte	3 décembre 2007	0,35	0,14
	Solde	23 mai 2008	1,25	0,50
	Total		1,60	0,64

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

Cinquième résolution : Nomination de Mme Delphine Arnault en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer Mme Delphine 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 2014.

Sixième résolution : Nomination de M. Nicolas Bazire en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Nicolas Bazire 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 2014.

Septième résolution : Nomination de M. Antonio Belloni en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Antonio Belloni 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 2014.

Huitième résolution : Nomination de M. Charles de Croisset en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Charles de Croisset 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 2014.

Neuvième résolution : Nomination de M. Diego Della Valle en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Diego Della Valle 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 2014.

Dixième résolution : Nomination de M. Pierre Godé en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Pierre Godé 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 2014.

Onzième 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 2014.

Douzième résolution : Nomination de Mme Marie-Josée Kravis en qualité d'Administrateur

L'Assemblée Générale décide de nommer Mme Marie-Josée Kravis 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 2014.

Treizième résolution : Nomination de M. Patrick Houël en qualité de Censeur

L'Assemblée Générale décide de nommer M. Patrick Houël en qualité de Censeur 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 2014.

Quatorzième 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 16^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 2010, à 49 064 223 actions. Le montant total maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 9,8 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 15 avril 2010, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

Quinzième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital par incorporation de bénéfices, réserves, primes ou autres

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-129-2 et L. 225-130,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, à une ou plusieurs augmentations de capital par incorporation de tout ou partie des bénéfices, réserves, primes ou autres sommes dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible, par émission d'actions nouvelles ou majoration du nominal des actions existantes ;
2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation de compétence ;
3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées à ce titre est fixé à cinquante (50) millions d'euros, sous réserve des dispositions de la 25^e résolution ;
4. prend acte que la présente délégation de compétence emporte tous pouvoirs au profit du Conseil d'Administration, avec faculté de délégation au Directeur Général, ou en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, pour mettre en œuvre, dans les conditions fixées par la loi, la présente délégation, et notamment pour :
 - fixer le montant et la nature des sommes à incorporer au capital, fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et/ou le nouveau montant nominal des actions composant le capital social, arrêter la

date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ou celle à laquelle l'élévation du nominal portera effet,

- décider que les droits formant rompus ne seront pas négociables, que les actions correspondantes seront vendues et que le produit de la vente sera alloué aux titulaires des droits,
- passer toute convention, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission ;

5. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009.

2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Seizième 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 15 avril 2010.

Dix-septième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital social avec maintien du droit préférentiel de souscription

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-129-2 et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, à l'émission, sur le marché français et/ou international, par offre au public, en euros, ou en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires et plus généralement de toutes valeurs

mobilières, composées ou non, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces, soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives des créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation de compétence ;

3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence, le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme est fixé à cinquante (50) millions d'euros, sous réserve des dispositions de la 25^e résolution. Au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement en supplément en cas d'opérations financières nouvelles pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital ;

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Conseil d'Administration pourra utiliser, dans les conditions prévues par la loi et dans l'ordre qu'il déterminera, l'une ou l'autre des facultés prévues à l'article L. 225-134 du Code de commerce et notamment offrir au public, totalement ou partiellement, les actions et/ou les valeurs mobilières non souscrites ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;

6. donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration, avec faculté de délégation au Directeur Général, ou en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, pour :

- mettre en œuvre, dans les conditions fixées par la loi, la présente délégation,

- imputer les frais des augmentations de capital social sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,

- procéder à tous ajustements requis en conformité avec les dispositions légales et réglementaires, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès à terme au capital ;

7. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009.

Dix-huitième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital social sans droit préférentiel de souscription par offre au public

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-129-2, L. 225-135, L. 225-136 et suivants et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, par offre au public, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et plus généralement de toutes valeurs mobilières, composées ou non, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;

2. fixe à vingt-six mois, à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence, le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées directement ou non est fixé à cinquante (50) millions d'euros, sous réserve des dispositions de la 25^e résolution. Au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

4. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et autres valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution, en laissant toutefois au Conseil d'Administration la faculté de conférer aux actionnaires, pendant un délai et selon les modalités qu'il fixera conformément aux dispositions de l'article L. 225-135 du Code de commerce et pour tout ou partie d'une émission effectuée, une priorité de souscription ne donnant pas lieu à la création de droits négociables et qui devra s'exercer proportionnellement au nombre des actions possédées par chaque actionnaire et pourra être éventuellement complétée par une souscription à titre réductible ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital emportera, au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;

6. décide que, conformément à l'article L. 225-136 1^o 1^{er} alinéa du Code de commerce, le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la Société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission (à ce jour, la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse sur le marché réglementé d'Euronext Paris précédant la fixation du prix de souscription de l'augmentation de capital éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 %, après, le cas échéant, correction de cette moyenne en cas de différence entre les dates de jouissance) ;

7. donne au Conseil d'Administration avec faculté de délégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la 17^e résolution ;

8. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009.

Dix-neuvième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital social sans droit préférentiel de souscription par placement privé au profit d'investisseurs qualifiés ou d'un cercle restreint d'investisseurs

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes et conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-129-2, L. 225-135, L. 225-136 et suivants et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration sa compétence à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, par une offre visée à l'article L. 411-2 II du Code monétaire et financier, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité de compte établie par référence à plusieurs monnaies, à l'émission d'actions ordinaires et plus généralement de toutes valeurs mobilières, composées ou non, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès, immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, à des actions de la Société ou donnant droit à un titre de créance, par souscription soit en espèces, soit par compensation de créances, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, les valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être

émises avec ou sans garantie, sous les formes, taux et conditions que le Conseil d'Administration jugera convenables, étant précisé que l'émission d'actions de préférence est exclue de la présente délégation ;

2. fixe à vingt-six mois, à compter de la présente Assemblée, la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide qu'en cas d'usage par le Conseil d'Administration de la présente délégation de compétence, le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées directement ou non, est fixé à cinquante (50) millions d'euros, sous réserve des dispositions de la 25^e résolution. Au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital. En outre, conformément aux dispositions de l'article L. 225-136 du Code de commerce, l'émission de titres de capital sera limitée, en tout état de cause, à 20 % du capital social par an apprécié à la date d'émission ;

4. décide, conformément à l'article L. 225-135 du Code de commerce, de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux valeurs mobilières pouvant être émises en application de la présente résolution ;

5. prend acte qu'en cas d'usage de la présente délégation de compétence, la décision d'émettre des valeurs mobilières donnant accès au capital emportera de plein droit au profit des porteurs des titres émis, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donneront droit ;

6. décide que, conformément à l'article L. 225-136 1^{er} alinéa du Code de commerce, le montant de la contrepartie revenant et/ou devant ultérieurement revenir à la Société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la présente délégation, compte tenu, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal au prix minimum prévu par les dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de l'émission (à ce jour, la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse sur le marché réglementé d'Euronext Paris précédant la fixation du prix de souscription de l'augmentation de capital éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 %, après, le cas échéant, correction de cette moyenne en cas de différence entre les dates de jouissance) ;

7. donne au Conseil d'Administration avec faculté de délégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un Directeur Général délégué, les mêmes pouvoirs que ceux définis au point 6 de la 17^e résolution ;

8. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009.

Vingtième résolution : Autorisation à donner au Conseil d'Administration de fixer le prix d'émission des actions et/ou des valeurs mobilières donnant accès au capital selon certaines modalités, dans la limite de 10 % du capital par an, dans le cadre d'une augmentation du capital social par émission sans droit préférentiel de souscription d'actions

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 225-136 1^o du Code de commerce, autorise le Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, pour les émissions décidées en application des 18^e et 19^e résolutions et dans la limite de 10 % du capital social par an appréciée à la date d'émission, à déroger aux règles de fixation du prix d'émission des actions définies auxdites résolutions en appliquant une décote pouvant atteindre 10 % à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse sur le marché réglementé d'Euronext Paris précédant la fixation du prix de souscription de l'augmentation de capital.

Vingt-et-unième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le montant des émissions en cas de demandes excédentaires

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, décide que, dans le cadre des émissions qui seraient décidées en application de la délégation conférée au Conseil d'Administration en vertu des 17^e, 18^e et/ou 19^e résolutions, le nombre de titres à émettre prévu dans l'émission pourra, en cas de demandes excédentaires, être augmenté dans les conditions et limites prévues par l'article L. 225-135-1 du Code de commerce et son décret d'application dans la limite du plafond prévu auxdites résolutions.

Vingt-deuxième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital dans le cadre d'une offre publique d'échange

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de ses articles L. 225-129, L. 225-129-2, L. 225-148 et L. 228-92,

1. délègue au Conseil d'Administration, sa compétence pour procéder en une ou plusieurs fois, aux époques qu'il appréciera, à l'émission d'actions et plus généralement de toutes valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre

de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange sur les titres d'une autre société admis aux négociations sur un marché réglementé visé audit article L. 225-148 ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide que le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu de la présente résolution est fixé à cinquante (50) millions d'euros, sous réserve des dispositions de la 25^e résolution. Au plafond ci-dessus s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation, le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs, notamment pour :

- arrêter la liste des titres apportés à l'échange, fixer les conditions de l'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soulte en espèces à verser et déterminer les modalités de l'émission dans le cadre, soit d'une offre publique d'échange, d'une offre alternative d'achat ou d'échange, soit d'une offre publique proposant l'achat ou l'échange des titres visés contre un règlement en titres et en numéraire, soit d'une offre publique d'achat (OPA) ou d'échange (OPE) à titre principal, assortie d'une OPE ou d'une OPA à titre subsidiaire,

- arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance,

- imputer, le cas échéant, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes d'apport et prélever sur ce montant la somme nécessaire pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,

- procéder aux modifications corrélatives des statuts ;

5. décide que la présente délégation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009.

Vingt-troisième résolution : Délégation de compétence à donner au Conseil d'Administration en vue d'augmenter le capital dans le cadre d'apports en nature

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions du Code de commerce et notamment de son article L. 225-147,

1. délègue au Conseil d'Administration, les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois aux époques qu'il appréciera, à l'émission d'actions et plus généralement de toutes valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération d'apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant

accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L. 225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente délégation ;

3. décide que le nombre total d'actions qui pourront être émises dans le cadre de la présente résolution ne pourra représenter plus de 10 % du capital social de la Société apprécié à la date d'émission sous réserve des dispositions de la 25^e résolution. À ce plafond s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;

4. décide qu'en cas d'usage de la présente délégation, le Conseil d'Administration aura tous pouvoirs notamment pour :

- approuver, sur le rapport du ou des Commissaires aux Apports, l'évaluation de l'apport,

- arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance,

- imputer, le cas échéant, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes d'apport et prélever sur ce montant la somme nécessaire pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation,

- procéder aux modifications corrélatives des statuts ;

5. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 14 mai 2009.

Vingt-quatrième 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-dessus 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 déjà émis 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, sous réserve des dispositions de la 25^e résolution, 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 ce jour. 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, bénéfices 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 14 mai 2009.

Vingt-cinquième résolution : Fixation d'un plafond global des augmentations de capital décidées en vertu de délégations de compétence

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et conformément aux dispositions de l'article L. 225-129-2 du Code de commerce, décide de fixer à cinquante (50) millions d'euros le montant nominal maximum cumulé des émissions qui pourraient être décidées en vertu des délégations de compétence au Conseil d'Administration résultant des résolutions précédentes. Il est précisé que ce montant sera majoré du montant nominal des augmentations de capital à réaliser pour préserver, conformément à la loi, les droits des titulaires des titres émis précédemment. En cas d'augmentation de capital par incorporation au capital de primes, réserves, bénéfices ou autres sous forme d'attribution d'actions gratuites durant la durée de validité desdites délégations de compétence, le montant nominal maximum (hors prime d'émission) susvisé sera ajusté par l'application d'un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital social après l'opération et ce nombre avant l'opération.

Vingt-sixième résolution : Autorisation à donner au Conseil d'Administration d'attribuer des actions gratuites aux salariés et dirigeants du Groupe

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, conformément aux dispositions des articles L. 225-197-1 et suivants du Code de commerce,

1. autorise le Conseil d'Administration sur ses seules délibérations à procéder, en une ou plusieurs fois, au profit de membres du personnel salarié et de dirigeants mandataires sociaux de la Société ou des entités qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-197-2

du Code de commerce, ou de certaines catégories d'entre eux, à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre, le montant total des actions attribuées gratuitement ne pouvant dépasser 1 % du capital social de la Société à ce jour ;

2. fixe à trente-huit mois à compter de ce jour la durée de validité de la présente autorisation ;

3. décide que l'attribution des actions à leurs bénéficiaires sera définitive soit (i) au terme d'une période d'acquisition d'une durée minimale de deux ans, les bénéficiaires devant alors conserver lesdites actions pendant une durée minimale de deux ans à compter de leur attribution définitive, soit (ii) au terme d'une période d'acquisition minimale de quatre ans, et sans période de conservation minimale. Le Conseil d'Administration aura la faculté de choisir entre ces deux possibilités et de les utiliser alternativement ou concurremment, et pourra, dans le premier cas, allonger la période d'acquisition et/ou la période de conservation et, dans le second cas, allonger la période d'acquisition et/ou fixer une période de conservation.

Toutefois, l'attribution des actions à leurs bénéficiaires deviendra définitive avant l'expiration de la période d'acquisition applicable en cas d'invalidité du bénéficiaire correspondant au classement dans la deuxième ou la troisième des catégories prévues à l'article L. 341-4 du Code de la Sécurité sociale. En outre, dans ce cas, lesdites actions seront librement cessibles ;

4. autorise le Conseil d'Administration à procéder, le cas échéant, pendant la période d'acquisition, aux ajustements du nombre d'actions liés aux éventuelles opérations sur le capital social de manière à préserver les droits des bénéficiaires ;

5. prend acte que si l'attribution porte sur des actions à émettre, la présente autorisation emporte de plein droit, au profit des bénéficiaires des actions attribuées gratuitement, renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription ;

6. décide qu'en cas d'usage de la présente autorisation, le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs notamment pour :

- arrêter les listes des bénéficiaires des attributions,
- fixer les conditions et, le cas échéant, les critères d'attribution,
- assujettir, le cas échéant, l'acquisition définitive de tout ou partie des actions à l'atteinte d'une ou plusieurs conditions de performance qu'il déterminera,
- fixer les dates de jouissance des actions,
- le cas échéant, constater la réalisation des augmentations de capital, modifier les statuts en conséquence et plus généralement faire le nécessaire ;

7. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 15 mai 2008.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS DÉTENUES OU ACHETÉES

Assemblée Générale Mixte du 31 mars 2011
(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 à l'article L.225-209 du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Votre Conseil d'Administration vous propose de lui déléguer, pour une durée de 18 mois à compter du jour de la présente assemblée, tous pouvoirs pour annuler, en une ou plusieurs fois, dans la limite de 10 % de son capital, par période de 24 mois, les actions achetées au titre de la mise en œuvre de l'autorisation d'achat par votre Société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions dans le cadre des dispositions de l'article précité ; cette autorisation d'achat est proposée par ailleurs à l'approbation de votre Assemblée Générale (quatorzième résolution) et serait donnée pour une période de 18 mois.

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, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC MAINTIEN ET/ OU SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION

Assemblée Générale Mixte du 31 mars 2011

(Dix-septième, dix-huitième, dix-neuvième, vingtième, vingt-deuxième et vingt-troisième résolutions)

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 le Code de commerce et notamment les articles L. 225-135, L. 225-136 et L. 228-92, nous vous présentons notre rapport sur les propositions de délégation au Conseil d'Administration de différentes émissions d'actions et de valeurs mobilières, opérations sur lesquelles vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport :

- de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, la compétence pour décider des opérations suivantes et fixer les conditions définitives de ces émissions et vous propose, le cas échéant, de supprimer votre droit préférentiel de souscription :
 - émission, en une ou plusieurs fois, par offre au public, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec maintien du droit préférentiel de souscription (dix-septième résolution) ;
 - émission, en une ou plusieurs fois, par offre au public, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec suppression du droit préférentiel de souscription (dix-huitième résolution) ;
 - émission, en une ou plusieurs fois, par une offre visée au II de l'article L. 411-2 du Code Monétaire et Financier, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières, y compris de bons de souscription ou de bons d'acquisition émis de manière autonome, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à l'attribution d'un titre de créance, avec suppression du droit préférentiel de souscription, et dans la limite de 20 % du capital social par an (dix-neuvième résolution) ;
 - émission, en une ou plusieurs fois, d'actions ordinaires et/ou de toutes autres valeurs mobilières, donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange sur les titres d'une autre société admis aux négociations sur un marché réglementé visé à l'article L. 225-148 du Code de commerce (vingt-deuxième résolution) ;
- de l'autoriser, par la vingtième résolution et dans le cadre de la mise en œuvre des délégations visées aux dix-huitième et dix-neuvième résolutions, à fixer le prix d'émission dans la limite légale de 10 % du capital social par an appréciée à la date d'émission ;
- de lui déléguer, pour une durée de vingt-six mois, le pouvoir de fixer les modalités d'une émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital ou donnant droit à un titre de créance sous réserve que le titre premier soit une action, en rémunération d'apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, dans la limite de 10 % du capital social apprécié à la date d'émission (vingt-troisième résolution).

Le montant nominal maximum cumulé des augmentations de capital qui pourraient être décidées en vertu des délégations de compétence au Conseil d'Administration, ne pourra excéder 50 millions d'euros conformément à la vingt-cinquième résolution, étant précisé que ce plafond global s'applique aux augmentations de capital résultant d'émissions décidées en vertu des dix-septième, dix-huitième, dix-neuvième, vingt-deuxième, vingt-troisième et vingt-quatrième résolutions soumises à votre approbation lors de la présente assemblée.

Le nombre de titres à créer dans le cadre de la mise en œuvre des délégations visées aux dix-septième, dix-huitième et dix-neuvième résolutions pourra être augmenté dans les conditions prévues par les articles L. 225-135-1 du Code de commerce et dans la limite du plafond global précisé ci-dessus, si vous adoptez la vingt-et-unième résolution.

Il appartient à votre Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles R. 225-113, R. 225-114 et R. 225-117 du Code de commerce. Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant ces opérations, données dans ce rapport.

Nous avons 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 ces opérations et les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions des émissions qui seraient décidées, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre données dans le rapport du Conseil d'Administration au titre des dix-huitième, dix-neuvième et vingtième résolutions.

Par ailleurs, ce rapport ne précisant pas les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre dans le cadre de la mise en œuvre des dix-septième, vingt-deuxième et vingt-troisième résolutions, nous ne pouvons donner notre avis sur le choix des éléments de calcul du prix d'émission.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles les émissions seront réalisées et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dans les dix-huitième, dix-neuvième et vingtième résolutions.

Conformément à l'article R. 225-116 du Code de commerce, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de ces autorisations par votre Conseil d'Administration en cas d'émissions avec suppression du droit préférentiel de souscription et d'émissions de valeurs mobilières donnant accès au capital et/ou donnant droit à l'attribution de titres de créance.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION D' ACTIONS ET DE DIVERSES VALEURS MOBILIÈRES AVEC SUPPRESSION DU DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION RÉSERVÉE AUX SALARIÉS ADHÉRENTS D'UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE

Assemblée Générale Mixte du 31 mars 2011
(Vingt-quatrième 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. 225-135, L. 225-138 et L. 228-92 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur la proposition de délégation au Conseil d'Administration de la compétence :

- de procéder, en une ou plusieurs fois, à 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 de l'article L. 3332-18 et suivants du Code du travail.

Sous réserve du montant nominal maximum de 50 millions d'euros fixé à la vingt-cinquième résolution pour l'ensemble des délégations de compétence au Conseil d'Administration résultant des résolutions de la présente assemblée, 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 ce jour.

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 ou plusieurs émissions et de renoncer à votre droit préférentiel de souscription. Le cas échéant, il lui appartiendra de fixer les conditions définitives d'émission de cette opération.

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles R. 225-113, R. 225-114 et R. 225-117 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.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'émission sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite.

Conformément à l'article R. 225-116 du Code de commerce, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de cette autorisation par votre Conseil d'Administration.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS EXISTANTES OU À ÉMETTRE AU PROFIT DE MEMBRES DU PERSONNEL SALARIÉ ET DE DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX

Assemblée Générale Mixte du 31 mars 2011
(Vingt-sixième 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. 225-197-1 du Code de commerce, nous avons établi le présent rapport sur le projet d'attribution gratuite, en une ou plusieurs fois, d'actions existantes ou à émettre au profit de membres du personnel salarié et de dirigeants mandataires sociaux de la Société ou des entités qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-197-2 du Code de commerce, ou de certaines catégories d'entre eux, le montant total des actions attribuées gratuitement ne pouvant dépasser 1 % du capital social de la Société au jour de l'Assemblée Générale.

Votre Conseil d'Administration vous propose de l'autoriser à attribuer gratuitement des actions existantes ou à émettre. Il lui appartient d'établir un rapport sur cette opération à laquelle il souhaite pouvoir procéder. Il nous appartient de vous faire part, le cas échéant, de nos observations sur les informations qui vous sont ainsi donnée sur l'opération envisagée.

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 notamment que les modalités envisagées et données dans le rapport du Conseil d'Administration s'inscrivent dans le cadre des dispositions prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données dans le rapport du Conseil d'Administration portant sur l'opération envisagée d'attribution gratuite d'actions.

Neuilly-sur-Seine, le 16 février 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG et Autres

Thierry Benoit

Olivier Breillot

Gilles Cohen

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

	<i>Page</i>
1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	262
2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	263
3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	263

DÉCLARATION DU RESPONSABLE ET POLITIQUE D'INFORMATION

1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous 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 le rapport de gestion figurant en page 24 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 donnés 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 au titre de l'exercice 2009 inclus par référence, sur la Note 1.2 de l'annexe aux états financiers consolidés concernant les changements de méthode comptable résultant des normes, amendements et interprétations appliquées par la Société ainsi que, dans leur rapport sur les comptes annuels au titre de l'exercice 2008 inclus par référence, sur la note 2.1 de l'annexe aux états financiers qui exposait un changement de méthode comptable résultant de l'application du règlement 2008-15 du Comité de la Réglementation Comptable publié le 30 décembre 2008.

Paris, le 9 mars 2011

Par délégation du Président-Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif

2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 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 ;
- les comptes consolidés de l'exercice 2008 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 80 à 141 et 142 du document de référence 2008 déposé à l'AMF le 17 avril 2009 sous le numéro D. 09-0265 ;
- 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 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2008 et 2007, présentée aux pages 22 à 65 du document de référence 2008 déposé à l'AMF le 17 avril 2009 sous le numéro D. 09-0265 ;
- 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 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2008 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux Comptes y afférant, figurant respectivement en pages 204 à 223 et 224 à 225 du document de référence 2008 déposé à l'AMF le 17 avril 2009 sous le numéro D. 09-0265 ;
- 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 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2008, figurant en pages 226 à 228 du document de référence 2008 déposé à l'AMF le 17 avril 2009 sous le numéro D. 09-0265.

Les parties non incluses des documents de référence 2009 et 2008 sont, soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par le présent document de référence.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA 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

	<i>Page</i>
1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004	266
2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL	268

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004

Rubriques	Page	Rubriques	Page
1 - Personnes responsables	262	12 - Information sur les tendances	50
2 - Contrôleurs légaux des comptes	222	13 - Prévisions ou estimations du bénéfice	N/A
3 - Informations financières sélectionnées		14 - Organes d'administration, de direction et de surveillance et direction générale	
3.1 Informations historiques	2-3 ; 190	14.1 Organes d'administration et de direction	5
3.2 Informations intermédiaires	N/A	14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	102 ; 224
4 - Facteurs de risque	38-42 ; 156-162	15 - Rémunérations et avantages	64-66 ; 176
5 - Informations concernant la Société		16 - Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
5.1 Histoire et évolution de la Société	1 ; 9-22 ; 238	16.1 Date d'expiration des mandats actuels	212-221
5.2 Investissements	46 ; 163-164 ; 173	16.2 Contrats de service liant les membres des organes d'administration	64-66 ; 104-105
6 - Aperçu des activités	9-22	16.3 Informations sur le Comité d'Audit et le Comité des Rémunérations	103-105 ; 224-227
7- Organigramme		16.4 Gouvernement d'entreprise	102-105 ; 223-227
7.1 Description sommaire	6-7	17 - Salariés	
7.2 Liste des filiales importantes	177-182	17.1 Nombre de salariés	70-72
8 - Propriétés immobilières, usines et équipements	47-48	17.2 Participations et stock options	54-59
9 - Examen de la situation financière et du résultat	24-38 ; 43-46	17.3 Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	60-61
10 - Trésorerie et capitaux		18 - Principaux actionnaires	
10.1 Capitaux de l'émetteur	42-43	18.1 Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	240-242
10.2 Source et montant des flux de trésorerie	43-46	18.2 Existence de droits de vote différents	233 ; 239-241
10.3 Conditions d'emprunt et structure financière	43-46 ; 152-154 ; 201-202 ; 243	18.3 Contrôle de l'émetteur	242
10.4 Restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	N/A	18.4 Accord connu de l'émetteur dont la mise en oeuvre pourrait, à une date ultérieure entraîner un changement de son contrôle	241
10.5 Sources de financement attendues	43-46 ; 147 ; 154		
11 - Recherche et Développement, brevets et licences	18-19 ; 46		

N/A : non applicable.

Rubriques	Page	Rubriques	Page
19 - Opérations avec des apparentés	175 ; 208-209	21.1.5. Droits d'acquisition, capital souscrit mais non libéré, engagements d'augmentation de capital	N/A
20 - Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur		21.1.6. Options sur le capital et accords prévoyant de placer le capital sous option	54-60 ; 148-150
20.1 Informations financières historiques	116-176 ; 263	21.1.7. Historique du capital social	145 ; 240
20.2 Informations financières pro forma	133	21.2 Acte constitutif et statuts	
20.3 Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA	186-205 ; 263	21.2.1. Objet social	227 ; 238
20.4 Vérification des informations historiques annuelles	183-184 ; 206-207 ; 263	21.2.2. Dispositions concernant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	229-232
20.5 Date des dernières informations financières	31 décembre 2010	21.2.3. Droits, privilèges et restrictions sur les actions existantes	228 ; 239
20.6 Informations financières intermédiaires et autres	N/A	21.2.4. Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires	239
20.7 Politique de distribution des dividendes	235 ; 244	21.2.5. Conditions régissant les assemblées générales	232-234 ; 238
20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	49	21.2.6. Disposition pouvant retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle	N/A
20.9 Changement significatif de la situation commerciale ou financière	N/A	21.2.7. Disposition fixant le seuil au-dessus duquel toute participation doit être divulguée	234 ; 239
21 - Informations complémentaires		21.2.8. Conditions régissant les modifications du capital	239
21.1 Capital social		22 - Contrats importants	N/A
21.1.1. Capital souscrit et informations pour chaque catégorie d'actions	145 ; 239-240	23 - Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	N/A
21.1.2. Actions non représentatives du capital	239	24 - Documents accessibles au public	238 ; 263
21.1.3. Actions détenues par l'émetteur ou ses filiales	146 ; 196-197	25 - Informations sur les participations	141-142
21.1.4. Valeurs mobilières convertibles, échangeable ou assorties de bons de souscription	239		

2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL ⁽¹⁾

Informations	Page
1 – Comptes annuels	186
2 – Comptes consolidés	116
3 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes annuels	206-207
4 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés	183-184
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	24-49 ; 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	59-60
5.3 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	67
5.4 Rachats d'actions propres	62-63
5.5 Déclaration des personnes assumant la responsabilité du rapport de gestion	262
6 – Honoraires des Commissaires aux Comptes	222
7 – Rapport du Président du Conseil d'Administration	102-113
8 – Rapport des Commissaires aux Comptes sur le Rapport du Président du Conseil d'Administration	114

(1) Conformément aux articles L. 451-1-2 du Code monétaire et financier et 222-3 du Règlement général de l'AMF.

AUTORITÉ
DES MARCHÉS FINANCIERS

AMF

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 9 mars 2011 conformément à l'article 212-13 du règlement général de l'AMF. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des Marchés Financiers. 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 information,
contacter LVMH, 22 avenue Montaigne - 75008 Paris
Téléphone 01 44 13 22 22 - Télécopie 01 44 13 21 19

www.lvmh.fr et www.lvmh.com